

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE – UFS**  
**PRO-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – POSGRAP**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA PROPRIEDADE**  
**INTELECTUAL – PPGPI**

**ÉRICA EMÍLIA ALMEIDA FRAGA**

**A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOB A PERSPECTIVA DOS PRODUTORES DE**  
**QUEIJO DE COALHO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA-SE**

**São Cristóvão (SE)**  
**(2016)**

**ÉRICA EMÍLIA ALMEIDA FRAGA**

**A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOB A PERSPECTIVA DOS PRODUTORES DE  
QUEIJO DE COALHO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA-SE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, como requisito à obtenção do título de mestre em Ciência da Propriedade Intelectual.

Orientador: Prof. Dr. José Ricardo de Santana

**São Cristóvão (SE)  
(2016)**

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

F811i Fraga, Érica Emília Almeida  
A indicação geográfica sob a perspectiva dos produtores de  
queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória-SE / Érica Emília  
Almeida Fraga ; orientador José Ricardo de Santana. – São  
Cristóvão, 2016.  
97 f. : il.

Dissertação (mestrado em Ciência da Propriedade Intelectual)–  
Universidade Federal de Sergipe, 2016.

1. Propriedade intelectual. 2. Indicação geográfica. 3. Queijo  
de coalho. 4. Desenvolvimento rural. 5. Nossa Senhora da Glória  
(SE) I. Santana, José Ricardo de, orient. II. Título.

CDU 347.77:637.3(813.7)

**ÉRICA EMÍLIA ALMEIDA FRAGA**

**A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOB A PERSPECTIVA DOS PRODUTORES DE  
QUEIJO DE COALHO DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA-SE**

Dissertação de Mestrado aprovada no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual da Universidade Federal em 03 de novembro de 2016.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. José Ricardo de Santana - Orientador

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Sônia de Souza Mendonça Menezes – Examinadora externa ao PPGPI  
Universidade Federal de Sergipe

---

Prof. Dr. Glaucio José Couri Machado – Examinador interno ao PPGPI /UFS  
Universidade Federal de Sergipe

## **AGRADECIMENTOS**

Ao universo, que permitiu o fechamento de mais um ciclo na minha vida.

À minha família, especialmente a minha mãe Lourdes Fraga, pela educação transmitida, gana, força, espírito de perfeição e honestidade. Aos meus irmãos, sobretudo a Ana Fraga, pelo acolhimento, afeto e apoio dado nos mais diversos momentos desta jornada.

À minha estimada e amada Vilmara Correa, pelo apoio, amizade, dedicação e incentivo. Ao meu amigo e irmão de alma Eduardo Rezende, pela incansável amizade, incentivo e compreensão, sobretudo nos momentos em que estive ausente. Ao amigo Flávio Gambri, por sua amizade, apoio e parceria.

Aos colegas de turma Cleiton, Norma, Cleide Ane, Daiane, Edmara, pelas inúmeras orientações, bem como pela paciência e coleguismo. Ao apoio técnico e fraternal da secretaria do programa nas pessoas de Ricardo e Rui.

Ao meu orientador Prof. Dr. José Ricardo de Santana, pelo direcionamento, correções e compreensão desprendidos ao longo do processo.

À Prof<sup>a</sup>. Sônia de Souza Mendonça Menezes, que, com o seu olhar crítico, técnico e doce, possibilitou o aperfeiçoamento e o fechamento desta pesquisa.

Aos pesquisados, pelo espírito de colaboração e coragem.

Aos membros da Banca Examinadora, pela participação e comentários.

## RESUMO

O mercado de consumo incorporou com mais força uma antiga prática de atribuir a determinados produtos apreciações de valores que vão além da relação custo benefício. Este sistema de valoração é baseado na certificação da qualidade de produção, diferencial do produto acabado e nas propriedades que ligam respectivos produtos a um conjunto de saberes próprios de uma comunidade localizada geograficamente. A esta certificação denomina-se de Indicação Geográfica (IG), que podem ser sob a modalidade de Denominação de Origem (DO) ou Indicação de Procedência (IP). Neste sentido este trabalho objetivou analisar se o queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória/SE, considerando as condições de produção e a percepção dos produtores, preenchem os requisitos básicos para uma obtenção de uma IG. A questão é se as fabriquetas de queijo de coalho do município pesquisado estão preparadas para a obtenção da IG, junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A pesquisa é caracterizada como bibliográfica, de campo e estudo de caso, com base de análise quantitativa e qualitativa. Aplicou-se uma amostragem não probabilística por conveniência, utilizando o questionário estruturado e entrevista como instrumentos e aplicados na amostra de 24 fabriquetas de queijo de coalho. Os dados quantitativos foram tratados sob o método estatístico descritivo. Os resultados evidenciaram que as fabriquetas em sua parte são gerenciadas por homens (87,5%) e 91% com baixo nível de ensino. Evidenciou-se também que as fabriquetas em sua maioria (95,84%) não fazem parte de qualquer entidade representativa. Os proprietários (95,84%) mostraram que o saber-fazer do queijo foi transmitido de geração a geração. 70% destinam sua produção para os intermediários e, no mercado externo, maior parte ao Estado da Paraíba. Os resultados demonstram que 100% das fabriquetas se localizam geograficamente na zona rural e que estas (83,33%) desconhecem as normas e padrões sanitários estabelecidos pelo setor. Sobre as Boas Práticas de Fabricação (BPF'S), 98% responderam que não as conhecem e à estrutura da fabriqueta não atende as normas e padrões sanitários. Todos os proprietários nunca ouviram falar sobre a IG, porém tem interesse de fazer parte do processo de reconhecimento e registro de IG.

**PALAVRAS-CHAVE:** Indicação Geográfica; desenvolvimento; queijo de coalho.

## **ABSTRACT**

The consumer market has incorporated more strongly an old practice of assigning certain products assessments of values that go beyond cost effective. This rating system is based on the certification of quality production, differential of the finished product and the properties that connect their products to an own set of knowledge of a community located geographically. This certification is called the Geographical Indication (GI), which can be in the form of Designation of Origin (DO) or Indication of Origin (IP, in Portuguese). In this sense, this study aimed to analyze the curd cheese type of Nossa Senhora da Glória, Sergipe state, Brazil, considering the conditions of production and the perception of producers in order to check if they meet the basic requirements for obtaining a GI. The question is whether the rennet-curd cheese artisanal shops of the small town studied are prepared to obtain the IG, the National Institute of Industrial Property (INPI, in Portuguese). The research is characterized such as literature, field and case study, based on quantitative and qualitative analysis. It was applied a non-probability sampling for convenience, using the structured questionnaire and interview as tools and applied to the sample of 24 curd cheese type artisanal shops. Quantitative data were treated under the descriptive statistical method. The results showed that the artisanal shops on their part are managed by men (87.5%) and 91% with low education. It also showed that the artisanal shops mostly (95.84%) are not part of any representative body. The owners (95.84%) showed that the cheese know-how has been transmitted from generation to generation. 70% intended production to intermediaries and in foreign markets, mostly in the state of Paraíba. The results show that 100% of artisanal shops are geographically located in the countryside and that these (83.33%) are unaware of the standards and health standards set by the industry. On Good Manufacturing Practices (GMP's), 98% said they do not know and the structure of the little factory does not meet the standards and sanitary standards. All owners have never heard about the IG, but are interested in being part of the recognition and GI registration process.

**KEYWORDS:** Geographical Indication; development; rennet cheese type.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Produção de leite (em mil litros) sob inspeção (federal, estadual, municipal) no Brasil – 2011 a 2015.....	37
Tabela 2 – Produção de leite - em litros – região nordeste do Brasil no ano de 2014.....	40
Tabela 3 – Produção de leite no alto sertão sergipano em 2014.....	40
Tabela 4 – Produção de leite no sertão sergipano.....	41
Tabela 5 – Município, número total de fabriquetas, volume total de leite produzido e beneficiado e número de produtores fornecedores de leite/fabriquetas, no âmbito do território do alto sertão sergipano - 2009/2010.....	43
Tabela 6 – Derivados do leite produzidos através das fabriquetas e comercialização, segundo mercado interno e externo, no âmbito do território do alto sertão sergipano 2009/2010.....	43
Tabela 7 – Estados importados de derivados de leite produzidos por fabriquetas e quantidades exportadas no alto sertão sergipano – 2009/2010.....	44
Tabela 8– Limitações/dificuldades encontradas pelo produtor- condições internas.....	77
Tabela 9 – Limitações/dificuldades encontradas pelo produtor- condições externas.....	78



## LISTA DE FIGURAS

Figura1– IGs concedidas pelo INPI no período de 1999 a 2015.....	24
Figura 2 –Município de Divina Pastora –Se.....	27
Figura 3 – Renda de agulha em lace da cidade de Divina Pastora da cidade de Divina Pastora-Se.....	28
Figura 4–Limites territoriais o município Nossa Senhora da Glória.....	45
Figura 5 – Gênero.....	58
Figura 6 – Escolaridade .....	59
Figura 7 – Receita mensal da produção de queijo .....	61
Figura 8 – Despesa mensal da produção de queijo de coalho .....	61
Figura 9 – Destino do queijo coalho no mercado interno.....	62
Figura 10– Destino do queijo coalho no mercado externo.....	63
Figura 11 – Tempo que trabalha com o queijo.....	65
Figura 12 – Entidade representativa.....	68
Figura 13 – Conformidade com as normas e padrões sanitários.....	70
Figura 14 – Estrutura física da fabriqueta.....	73

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Legislação Brasileira de Indicação Geográfica .....	19
Quadro 2 –Indicação de Procedência Registradas no Brasil, outubro de 2002 a 2016 .....	24
Quadro 3 –Possíveis ações incrementadas pela IG .....	29

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	11
<b>2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)</b>	14
2.1 Conceitos de IG	14
2.2 Tipos de IG: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO)	18
2.3 Etapas do Processo de Reconhecimento e Registro da IG	21
2.4 As IGs e a conservação do patrimônio cultural	25
2.4.1 Renda Irlandesa de Divina Pastora (SE): exemplo local de IP	26
2.5 Indicações Geográficas Como Instrumento de Desenvolvimento	28
2.6 Experiência Internacional e Nacional com IG de Queijos	32
<b>3 A PRODUÇÃO DE QUEIJOS E SEUS TERRITÓRIOS</b>	36
3.1 Mercado de Laticínios no Brasil	36
3.2 Mercado de Laticínios em Sergipe: Produção e Consumo	38
3.3 Desafios a Competitividade	46
<b>4 MATERIAIS E MÉTODOS</b>	50
4.1 Tipo de Pesquisa e Objeto de Estudo	50
4.2 Universo e Amostra	51
4.3 Instrumento de Coleta de Dados	53
4.4 Tratamento dos Dados	55
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b>	57
5.1 Condições Socioeconômicas dos Proprietários	57
5.2 Unidade Produtiva	59
5.3 Requisitos para Identificar IG por IP	63
5.3.1 Perfil histórico e cultural	64
5.3.2 Nível organizacional dos produtores	66
5.3.3 Delimitação geográfica da fabriqueta	68
5.3.4 Condições de infraestrutura, regulamento de uso e conselho regulador	69
5.3.5 Conhecimento de IG	75
5.4 Limitações e Possibilidades	76
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	82
<b>REFERÊNCIAS</b>	85
<b>ANEXOS</b>	92

## 1 INTRODUÇÃO

Entre os direitos relativos à Propriedade Intelectual (PI), a Indicação Geográfica (IG) constitui-se em uma das formas especiais de proteção aos produtos, e assegurada por várias convenções internacionais, tais como a Convenção da União de Paris (CUP), Acordo de Madri, Acordo de Lisboa e as TRIPS. Atualmente a Indicação Geográfica (IG) vem sendo utilizada pelos territórios como suporte de interações sociais e econômicas de coletividade.

Os mecanismos de proteção geográfica - as indicações de procedência (IP) e as denominações de origem (DO) - buscam valorizar territórios e seus produtos, associando-os ao local de origem, onde apresentam características semelhantes, protegendo produtos e regiões de falsificações e fraudes indevidas, além de servirem como garantia para os consumidores por sua credibilidade e por seu valor associado.

A implementação no Brasil da Lei de Propriedade Industrial (LPI nº 9.279) de 14 de maio de 1996, que versa sobre as IGs, trouxe não somente grandes vantagens – na medida em que a criação dos sistemas de proteção reforça a qualidade dos produtos tradicionais, pois o controle dessa qualidade passa a ser mais rigoroso e todo o sistema produtivo é normatizado – mas, sobretudo, impulsionou o Brasil na elaboração de políticas públicas de maneira a fomentar o desenvolvimento tecnológico.

No Brasil, os estudos e preocupação com o tema é ainda algo recente, apesar dos incentivos governamentais e privados. O número de IGs têm permanecido muito abaixo em comparação com os demais países, como França, Itália, Espanha e Portugal. Em Sergipe, apesar do potencial regional de vários produtos, esse quadro configura-se quase que inexpressivo. O Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) concedeu 59 registros de IG a produtos ou serviços e, dentre estes, encontram-se os casos do queijo minas artesanal do Serro e o queijo de Canastra, ambos produzidos no Estado de Minas Gerais.

Conforme a Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe (EMDAGRO) em termos de produção de queijo de coalho no Estado de Sergipe, o centro de produção é o Município Nossa Senhora da Glória localizado na região do alto sertão sergipano, onde é encontrado o maior número de unidades de fabricação do estado, denominadas de fabriquetas ou queijarias.

Nesse sentido a IG pode fomentar inúmeros benefícios econômicos (aumento do valor agregado do queijo); promoção e comercialização dos produtos (características de reputação e qualidade); sociocultural (inserção de produtores e regiões desfavorecidas) e ambiental (abertura de postos de trabalho, manutenção da população nas zonas rurais), que de forma harmônica e interligada podem produzir uma prosperidade sólida e duradoura.

Todavia, persistem enormes lacunas com relação à institucionalização das Indicações Geográficas, sobretudo no que afeta ao papel que cabe aos sujeitos implicados, bem como no que tange ao entendimento do que este tipo de selo de qualidade é capaz de propiciar aos que participam do processo. Contudo, já há indícios claros de exemplos bem-sucedidos, mas também de iniciativas que longe estão de alcançar resultados minimamente satisfatórios em termos de ampliar as perspectivas de oportunidades para os atores envolvidos ou mesmo para fortalecer uma identidade regional.

Partindo desse princípio, esta pesquisa justifica-se em decorrência de se implementar instrumentos que possibilitem proteção, reconhecimento, valorização aos produtos produzidos por produtores de queijo, resguardando os saberes e conhecimentos tradicionais, assim como o fortalecimento socioeconômico da região.

Diante desse quadro, os produtores de queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória estão inseridos neste contexto, se constatada a potencialidade de reconhecimento por uma IG, esta pode vir a propiciar diferentes benefícios aos mesmos e o território onde vivem. Desta maneira, a pergunta que norteia este estudo é: os produtores de queijo de coalho do município de Nossa Senhora da Glória, Sergipe, estão preparados para a requisição de Indicação Geográfica?

Desta feita, este trabalho objetivou analisar se o queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória/SE, considerando as condições de produção e a percepção dos produtores, preenchem os requisitos básicos para uma obtenção de uma IG. O estudo investigou ainda a) as condições socioeconômicas dos proprietários das fabriquetas; b) se estes (as) preenchem os requisitos para solicitar o reconhecimento de uma indicação geográfica sob a modalidade de Indicação de Procedência (IP) e c) as possibilidades e limitações existentes, a fim de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do próprio negócio e do município em que vivem.

A dissertação foi dividida em cinco unidades com atividades bem específicas, importantes para o desenvolvimento da pesquisa. Após introdução, segue segundo capítulo intitulado “Indicação Geográfica”. Nele elucida-se a construção histórica dos conceitos de IG sob a luz da Propriedade Intelectual (PI). No terceiro capítulo, “A produção de queijos e seus territórios”, tece-se uma visão sobre o mercado de laticínios no território nacional e local e as experiências com as IGs. O quarto capítulo, “Materiais e Métodos”, traz os aspectos metodológicos da pesquisa. No quinto capítulo, “Resultados e Discussões” são descritos os passos dados pela pesquisa no enfrentamento do campo e no registro e avaliação dos dados coletados. Nas considerações finais o trabalho volta-se à demarcação do valor socioeconômico e cultural da produção de queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória e destacam-se possíveis encaminhamentos e diagnósticos para a reflexão da problemática exposta.

## **2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)**

Neste capítulo elucida-se a construção histórica dos conceitos de IG em suas modalidades de DO (Denominação de Origem) e IP (Indicação de Procedência). Em uma das seções são abordados conceitos sob o ponto de vista de diferentes teóricos que versam sobre o tema. No entanto, a pesquisa tem como base teórica o campo da Propriedade Intelectual (PI). Destaca-se, também, a IG como elemento de proteção dos conhecimentos e expressões culturais, assim como a experiência local. Se descreve as relações legais e reguladoras e sua aplicação referente à IG e suas modalidades, como também ressalta a importância desta para o desenvolvimento socioeconômico, humano e cultural. Não obstante, tem-se a experiência internacional e nacional com IG de queijos.

### **2.1 Conceitos de IG**

No processo de produção e comercialização dos bens de consumo, a qualidade sempre fora um princípio importante à estipulação do valor do produto. Desde os tempos mais remotos configurou-se através de uma procedência geográfica, que atribuía a confirmação de sua qualidade, que revelava processos de produção e confiabilidade de determinados produtos. Com o advento da Revolução Industrial e o crescimento das zonas produtoras, aos poucos, qualidade e valor foram distanciados de suas matrizes produtoras.

As marcas, enquanto imagem de determinado produto dentro de uma mentalidade de mercado contemporânea, passaram a resumir indicação de qualidade ofuscando o brilho de determinados produtos antes feitos sobre a indelével marca da produção artesanal. A própria ideia de artesanal mudou, pois se restavam ainda resquícios de uma produção de manufatureiro e pouca utilização tecnológica.

Uma revolução tecnológica se deu principalmente no campo da produção alimentícia e de seu consumo. As práticas produtoras tradicionais foram ofuscadas pela indústria e seus colaboradores. Ofuscaram-se, é certo, mas não foram apagadas. No processo de valorização da história, ou mesmo das práticas sustentáveis de produção, antigas formas de fabricação de bens não duráveis, principalmente os produtos alimentícios, vêm se destacando

consideravelmente, restituindo força e poder à retomada de práticas fabris e consumo de produtos com marca e qualidade atestados pela sua origem.

Hoje elementos como a tradição, cultura e história são de grande importância no mercado por desconstruir uma situação não equilibrada entre o pequeno produtor e as grandes indústrias, que ditaram por anos uma forma absolutamente imperiosa de dominação de mercado centrada na desvalorização da mão de obra e na produção em série de produtos e insumos. Surge, então, um elemento na literatura jurídica que se preocupa com as nomenclaturas ou apropriação de processos já consolidados pelo uso de um povo, é o caso da propriedade intelectual.

A propriedade intelectual pode ser entendida como uma forma de proteção e reconhecimento do trabalho criativo, assim como pode ser utilizada como estratégia mercadológica no intuito de desenvolvimento do negócio. São elencados por ela os saberes que sujeito ou comunidades possuem e estão relacionados com o produzir e os resultados das mesmas ações. Ela discrimina aos termos de propriedade partindo de preceitos constitutivos da mesma, protege o direito do criador e assegura a identidade do produto final dessa criação. A legislação que se desenvolveu para o conceito de propriedade intelectual nomeia âmbitos diferenciais de proteção: Propriedade Industrial (pautada na ideia de marca e produto), Direito Autoral (principalmente conhecida pela patente científica e artística), e Proteção *Sui Generis* (própria do avanço tecnológico e comum à produção de softwares e de cultivo de transgênicos). Entre os direitos relativos à propriedade intelectual, a indicação geográfica (IG) constitui-se em uma das formas especiais de proteção aos produtos tradicionais, não obstante é um elemento impulsionador e fomentador socioeconômico de uma sociedade.

Essa noção de IG surgiu de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber os sabores ou qualidades peculiares de alguns produtos que provinham de determinados locais. Ou seja, qualidades – nem melhores, nem piores, mas típicas, diferenciadas – jamais encontradas em produtos equivalentes, feitos em outro local (PIMENTEL, 2009, P. 33).

Alguns países, sobretudo os europeus – a França é o país com maior tradição em indicações geográficas – vêm utilizando a IG como forma de tornar seus produtos mais competitivos e diferenciados e desenvolver regiões menos favorecidas. De grande importância



para o desenvolvimento de práticas autossustentáveis em todo o mundo, as IGs ganham cada vez mais representatividade no Brasil, por consolidar estratégias de valorização culturais de produção e comercialização de produtos.

As IGs já se tornaram populares em países europeus há algumas décadas atrás. Entre elas, grandes produtores de vinho, queijos, azeite de oliva que viram nestas uma forma de proteger os modos de produção tradicionais de seus produtos frente à massiva industrialização automatizada.

Como exemplos de países que já desenvolvem de longa data tais práticas, pode-se citar França, Portugal e Itália. Como destaca Bruch (2008), as indicações geográficas surgiram como resposta jurídica, ainda no século XIX, a falsificação de produtos como selo de autenticidade. Ainda conforme Bruch (2008, p. 2) “Todavia, no mundo jurídico seu histórico é bastante recente. Sua previsão iniciou-se mediante a condenação do uso da falsa indicação de procedência de um produto. Posteriormente veio a se proteger a indicação geográfica como um direito positivo”.

Porém, não se pode dizer que o conceito de IG se desenvolverá de uma única forma ou mesmo a um só tempo. Se for para delinear uma genealogia de tal prática deve-se remeter a observação para o surgimento de produtos e, consequentemente, para a confirmação de sua autenticidade. O que faz um Vinho do Porto ser diferente de outro vinho produzido em qualquer região da Europa seguindo uma associação de elementos e ingredientes físicos? A resposta parece ser simples, mas não o é.

É de grande relevância ao estudo entender que embora alguns processos de produção do Vinho do Porto sejam iguais ou parecidos com determinados vinhos similares de outras regiões do mundo, ou mesmo da Europa, vários elementos físicos e culturais contribuem para a produção de um vinho extremamente diferente, particular e singular em seus mais variados aspectos. A partir de então, foi possível fortalecer a identidade da bebida da fraude e da falsificação do produto. É o que coloca Brunch (2008, p. 02):

No âmbito da proteção positiva, apenas em 10 de maio de 1907 o Vinho do Porto vem a ser regulamentado oficialmente pelo então Presidente do Conselho de Ministros de Portugal, João Franco. Na França a publicação de uma lei geral relacionada à proteção de indicações geográficas se dá em 05 de outubro de 1908. A partir destas datas o instituto se prolifera na Europa, berço desta tradição, e que hoje busca difundir esta diferente forma de proteção de produtos provenientes de uma determinada região em todo o mundo.

O produto final, aquele que tem reconhecido IG, recebe uma confirmação de origem, de sabor e de valor imprescindíveis à manutenção e à conservação de aspectos culturais até então descaracterizados pela produção industrial que fez questão em apagar a ligação entre comunidades e produtos manufaturados. De uma indústria que apagou a figura humana de seus processos, prefigurando-o como mais uma de suas máquinas no processo de produção.

Todavia, é necessário cuidado em abordar o tema, pois muitas vezes se leva a pensar que, por se tratar de uma produção que nasce da tradição cultural de determinadas comunidades, a mesma seja feita de forma rústica, sem o aporte de tecnologias e maquinarias modernas. Pelo contrário, muitas destas produções demandam o consumo de uma tecnologia e do desenvolvimento de técnicas a fim de aumentara qualidade do produto sem descaracterizá-lo.

Foi exatamente no ano de 1996 que se inserira a ideia de IG no país, momento em que fora promulgada a “Lei da Propriedade Industrial” 9.279 de 14 de maio de 1996 – LPI/96. Nessa ocasião o conceito ainda era de pouco entendimento ou mesmo de linhas fronteiriças muito tênues limitadas a certificações de procedência.

A regulamentação da legislação e normas para a implementação e funcionamento dos IGs no Brasil é feita pelo INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial). Para entender melhor a função desta instituição, é preciso explicar que suas ações convergem em apreciações que elegem e certificam produtos ou serviços que, de acordo com uma tradição, são identificados como oriundos de uma determinada localização geográfica e de suas respectivas comunidades. Os mesmos asseveram a esses produtos singular qualidade, atestada por seus processos históricos de produção.

O valor desses produtos surge como inerente e de uma identidade própria, além de distingui-los em relação aos seus semelhantes disponíveis no mercado. Mais do que uma relação de custos relacionados fases de produção, circulação e comportamento dos mercados, o valor dos produtos são atestados pelos seus respectivos IGs, são antes de tudo estipulados por seu aspecto cultural, pela história que carrega cada um deles, pelas diferenças proporcionadas por seus recursos naturais como propriedades físicas e químicas do solo, de seus elementos relacionados à vegetação, ao clima e, principalmente, aos saberes que são, em si, parte de uma identificação cultural de uma narrativa identitária.

## 2.2 Tipos de IG: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO)

A discussão do tema Indicação Geográfica (IG) é bastante pertinente e estratégica. No atual cenário mercadologicamente competitivo o consumidor exige produtos de qualidade antecipando a necessidade de adoção de ferramentas inovadoras que possam criar um diferencial competitivo aos produtos tradicionais e ampliar mercados.

De forma geral, as IGs são classificadas como ordem de procedência em que se diferenciam em algumas vezes as especificações de categorização dos produtos e suas singularidades. No Brasil, a Lei de Propriedade Industrial, como é conhecida a Lei n.9279, de 14 de maio de 1996, particulariza as formas de indicações geográficas (IGs), e dispõem sob duas modalidades: Denominação de Origem (DO) e Indicação de Procedência (IP).

A citada legislação vai definir que, embora sejam parecidas, ambas possuem especificações de funcionalidade bem determinadas, ou seja, “§ 1º Considera-se a Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.” (BRASIL, 2013, p.1).

Já a DO, Denominação de Origem, salienta-se:

§ 2º Considera-se Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. (BRASIL, 2013, p.1)

Para Menezes (2015), as contribuições de uma DO são de grandes dimensões. Tal autora assevera que:

Com a denominação de origem, permite-se a continuidade de uma história, da tradição de queijos arraigados em seus territórios e, aproveitando essa reputação, as cidades utilizam esse alimento como um patrimônio na busca de conservar e aumentar o poder aquisitivo dos produtores e por consequência dos demais circunstantes atrelados a essa produção. (MENEZES, 2015, p.33).

Há um somatório de considerações positivas irrelevantes que fazem da DO uma ação desejável, uma conquista de armas de combate de mercado que viabilizam a continuidade das práticas produtivas.

Se na IP a certificação passa apenas pela procedência do produto, na DO o produto não só é reconhecido como oriundo de uma região, como também passa por um controle de qualidade que atesta as fases de produção quanto às singularidades materiais de cada produto, desde os ingredientes excepcionais pertencentes àquela localidade e suas propriedades físicas, capazes de dar ao produto uma característica única. São alargadas assim as diferenciações e a confiança de que cada produto é feito de forma particular dando garantia ao cliente da autenticidade dos mesmos.

A legislação nacional conferida as IGs podem ser melhor visualizadas no quadro 1.

Quadro 1: Legislação brasileira de Indicação Geográfica

<b>Lei 9.278/1996</b>		
Gênero	Indicação Geográfica	
Espécie	IP	Do
Nome a ser protegido	Nome geográfico	Nome geográfico
Abrangência	Produto ou serviço	Produto ou serviço
Origem	De país, cidade, região ou localidade de seu território	De país, cidade, região ou localidade de seu território
Fundamento	Tenha se tornado conhecido	Qualidade ou característica
Produção ou origem da matéria prima	Centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço	Exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos

Fonte: elaborado pela autora, 2016.

Estes aspectos são acirrados pela crescente industrialização e comercialização de alguns produtos que antes faziam partes das práticas agrícolas familiares, daí tradicionais. A tradição *versus* a industrialização é um embate que se estabeleceu faz um longo tempo. Muito embora a indústria tenha a seu favor uma enorme vantagem econômica sobre a produção e distribuição das oficinas e cozinhas tradicionais, as IGs tornaram-se um valor incontestado.

Ambas resultam em estratégias de articulação entre grupos de diversos produtores com o esforço de agregar valores sob o aspecto de pertencimento e origem. O INPI surgiu com esta lei para regular, enquanto órgão competente, todas as formas de assegurar o registro e de impor sua legitimidade para os consumidores nacionais e internacionais.

Para tanto alguns procedimentos devem ser seguidos segundo a resolução de número 75/2000 na proposta pelo INPI, que determina, entre outros procedimentos a serem seguidos pelas comunidades gestoras de produção, um registro de documentos imprescindíveis para o reconhecimento das IGs. Fazem parte desses procedimentos para a regulação de uso de nome geográfica o documento de especificações do produto ou serviço próprio do meio geográfico e à comprovação da notoriedade dos mesmos.

Segundo Perez e Fernandez (2013), o condicionamento de utilização de uma IG depende de em um conjunto de regras bem definidas e aprovadas entre seus produtores originários e residentes nas delimitações da área marcadora da IG. Todas as exigências determinadas em acordo prévio, fundador da IG, deverão valer como norte de execução para que os mesmos possam usar a IG na certificação de seus produtos conforme a Resolução nº 194/08, de 21/11/08, publicada na RPI 1979, de 09/12/08.

Para as pesquisadoras, é de suma importância que a área de circunscrição das atividades seja muito bem traçada para a seguridade do território onde se dá a fabricação dos produtos originais. Sobre o tema elas ainda colocam que “A base territorial para obter o direito de usar uma IG deve estar estreitamente relacionada com a especificidade do produto e seu vínculo com a origem geográfica. Ela representa o principal limite do sistema, já que não permite que nenhum outro produtor externo à área delimitada utilize a IG (FAO & SINERGI, 2010). E, conseqüentemente, pode-se concluir que tanto DO e IP fazem parte de uma mentalidade que transformou a cultura como parte importante das relações de consumo do mundo contemporâneo.

Todas essas transformações cooperaram para uma crescente e vertiginosa aceleração da produção dos bens de consumo. A Revolução Industrial fora fator de desenvolvimento, mas também da implantação de uma lógica de mercado muitas vezes desumana. Ela contribuiu para a urbanização como incentivou o êxodo rural e o excesso de indivíduos nas cidades.

Nesse sentido, a pesquisa tem perspectiva de colocar as práticas desenvolvidas por um território sob o olhar da IP, pois entende que o objeto de estudo é fonte de produção e fabricação de um determinado produto, em particular, o queijo de coalho.

### 2.3 Etapas do Processo de Reconhecimento e Registro da IG

O processo de reconhecimento no Brasil, ou seja, se o produto é Denominação de Origem (DO) ou de Indicação de Procedência (IP) transcorre junto ao INPI. Depois de obtido tal reconhecimento nacionalmente, será possível desenvolver o processo, que poderá levar ao reconhecimento e proteção do produto mundialmente.

Gomes *et al* (2005) assevera que:

A tramitação processual necessária para que um produto obtenha, legitimamente, uma destas classificações, terá de partir da iniciativa de um grupo de produtores, ou associações coletivas. O seu desenrolar demora sempre um tempo superior a um ano. No caso de ser bem-sucedido, o processo termina com o reconhecimento, no âmbito nacional, ficando legitimada a utilização da denominação e, garantida a proteção jurídica do produto que a utilize.

Os passos para a obtenção da IG passam pela conformidade das exigências estabelecidas pela IN de 25/2013. Para fazer a requisição de registro de Indicação Geográfica, faz-se imprescindível pagar taxas referentes a análises da proposta paga à União e preenchimento dos formulários de solicitação no qual se deve especificar o tipo de IG, se DO ou IP, protocolo exigido em duas vias, onde é identificado criteriosamente o requerente, (sempre de caráter institucional, assim sendo pessoa jurídica).

Para a requisição é necessário uma série de documentos com a finalidade de abalizar o almejado registro. Todos eles são devidamente listados pelo INPI. Em síntese são eles: i) instrumento comprobatório da legitimidade da entidade requerente; ii) documentos referentes aos atos constitutivos da entidade requerente (Ex: estatuto social); iii) documento que identifique o representante legal da entidade requerente; procuração se for o caso; iv) Regulamento de uso do nome geográfico; v) Instrumento oficial que delimita a área geográfica; vi) descrição do produto ou serviço; vii) características do produto ou serviço; viii) representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica caso exista; ix) comprovação de que os produtores ou prestadores de serviços estão estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo a atividade econômica no local que buscam proteger; x) existência de

uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação Geográfica bem como ao produto ou prestação do serviço distinguido pela IG.

Cabe ressaltar que conforme a Resolução INPI 075, de 28 de novembro de 2000, no Art. 5º § 1º, “na hipótese de um único produtor ou prestador de serviço estar legitimado ao uso exclusivo do nome geográfico, estará o mesmo, pessoa física ou jurídica, autorizado a requerer o registro da indicação geográfica em nome próprio” (INPI, 2016).

Devido às especificações das IGs elas exigiram comprovações diferentes, já que, entre uma e outra, é necessário distinguir o diferencial importante de cada produto como propriedade intelectual, assegurando aos produtores formas de proteção do saber fazer e da não violação da identidade do produto via propriedades físicas próprias ou mesmo certificação do processo de produção já reconhecido por uma determinada região e localidade. É importante destacar que, além dos requisitos comuns às duas espécies de IG, o Artigo 8 da IN normatiza outras situações necessárias para a requisição do registro da IP, a saber:

a) documentos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço; b) documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação de Procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a Indicação de Procedência; c) documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou prestação do serviço. (INPI, 2013).

Para a DO, como já é estipulado pelos órgãos internacionais, o registro deve ocorrer de forma mais complexa e densa. Neste, o art. 9 institui que devem estar contidos no pedido de registro as condições a seguir:

a) elementos que identifiquem a influência do meio geográfico, na qualidade ou características do produto ou serviço, que se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. b) descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço, que devem ser locais, leais e constantes; c) documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem, bem como sobre o produto ou prestação do serviço distinguido com a Denominação de Origem; d) documento que comprove

estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço. (INPI, 2013).

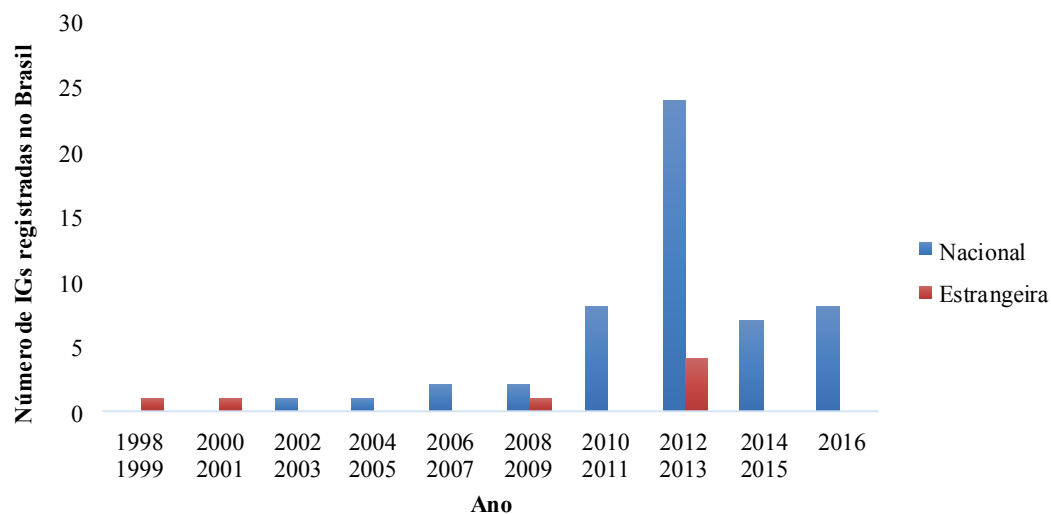
No que trata em especial da comprovação de uma estrutura de controle informada nos artigos 8 e 9 concernentes às exigências extras para a solicitação de registro da IP e DO, faz-se necessário clarear que tal requisito objetiva garantir a autenticidade do uso da IG em função da veracidade das informações direcionadas ao consumidor. Dessa forma, para a realização do pedido de IG junto ao INPI, deve-se elaborar o Regulamento de Uso, especificando regras definidas e acordadas pelos requerentes, assim como as estruturas de controle. Tal regulamento deve conter a delimitação da região, a descrição dos produtos, os procedimentos utilizados, assim como a constituição do Conselho Regulador. (MAPA, 2014; VALENTE et al., 2012; FALCADE, 2011).

Ainda de acordo com os apontamentos sugeridos pela Falcade, em se tratando de DO se faz relevante a comprovação do nexos causal, demonstrando assim que o produto se deve exclusivamente ou essencialmente a determinado espaço geográfico. Salienta-se desta feita que, em virtude de ser um processo legal, este é encaminhado pelo solicitante através de um advogado (FALCADE, 2011).

No quesito de IG estrangeira já reconhecida em seu país de origem, dispensa-se a apresentação dos requisitos exigidos pela IN n 25/2013, bastando apenas apresentar junto ao INPI a cópia oficial do documento que concedeu o registro da IG, acompanhado de tradução juramentada (INPI, 2013). Os pedidos de registro e os respectivos direitos de marca para IG estrangeiras e nacionais estão equiparados segundo o INPI. É o que se pode ver na figura 1.



Figura1 –IGs concedidas pelo INPI 1999-2016



Fonte: Autoria própria, através dos dados do INPI (2016).

Cada vez mais crescem junto ao INPI os registros de IP e DO. Essa crescente procura e interesse demonstra que a IG é uma realidade consolidada através das exigências de mercado que anseiam por maior segurança e qualidade nos produtos oferecidos.

Em se tratando especialmente de registro no INPI dos produtos ou serviços com certificação de IP, tal modalidade objeto de estudo da presente pesquisa, e a sua comparação com o ano em que receberam a certificação, o quadro 2 apresenta a seguinte distribuição:

Quadro 2 – Indicação de procedência registradas no Brasil 2002-2016

ANO	ALIMENTO	BEBIDA	OUTROS	SERVIÇOS	VESTUÁRIO	TOTAL
2002		1				1
2005	1					1
2006	1					1
2007		1				1
2009	1		1			2
2010		1				1
2011	3		2			5
2012	3	3	4	1	2	13

2013	3	1			1	5
2014		2	1			3
2015	2	1	1			4
2016	3				1	4
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>41</b>

Fonte: INPI (2016, adaptado pela autora)

No estado de Sergipe apenas consta um registro de IG, sob a modalidade de IP, este concedido pelo INPI em 26 de dezembro de 2012, sob o número IG201107. A titularidade pertence à ASDAREN (Associação para o desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora), sediada no município de Divina Pastora (INPI, 2016).

Apesar de todo o esforço por parte dos órgãos regulamentadores no sentido de fomentar discussões sobre a importância do registro sob a forma de IG, sobretudo, quando se trata de desenvolvimento econômico, social e humano de uma determinada região, observa-se como contraponto, que todos os passos que envolvem o requerimento de uma IG são certamente árduos, demanda uma efetiva organização dos produtores, um elevado custo para o cumprimento de todos os requisitos exigidos pelo INPI, assim como a devida adequação da produção às normas do regulamento de uso das IGs. Tudo isso se evidencia que acaba dificultando a participação dos pequenos produtores.

#### 2.4 As IGs e a conservação do patrimônio cultural

Os modelos mais antigos de produção artesanal tiveram na Revolução industrial grande força coercitiva de abandono e esquecimento. Isso por que foi através da criação das fábricas e de seus maquinários que os antigos valores assumiram a característica de antigo e ultrapassado. As grandes corporações fabris denegriram as manufaturas e corporações de ofícios muitas vezes de característica familiar, para as maravilhosas sociedades anônimas dos maquinários.

Todas essas transformações cooperaram para uma crescente e vertiginosa aceleração da produção dos bens de consumo. A Revolução Industrial fora fator de desenvolvimento,

porém com uma lógica de mercado muitas vezes desumana. Ela contribuiu para a urbanização assim como incentivou o êxodo rural e o excesso de indivíduos nas cidades.

Cabe então ressaltar que embora as IGs se coloquem como perspectivas de mercado e de consumo, suas práticas vão para outra instância de vivência pelas comunidades que se colocaram a margem da urbanização desenfreada e da produção sem significado. É, sem dúvida, uma valorização de preceitos velados pela lógica de produção e consumo pós-revolução industrial. As atividades se voltam para o cultivo orgânico de alimentos, para a produção de objetos de consumo cada vez mais na contramão das expectativas tecnológicas atuais.

Esses são indícios claros de que o mercado se volta para o que fora esquecido ou mesmo colocado em segundo plano na materialização das formas de produção e da sistematização de uma técnica própria da indústria cultural que “levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social”. (ADORNO, 1985, p. 114).

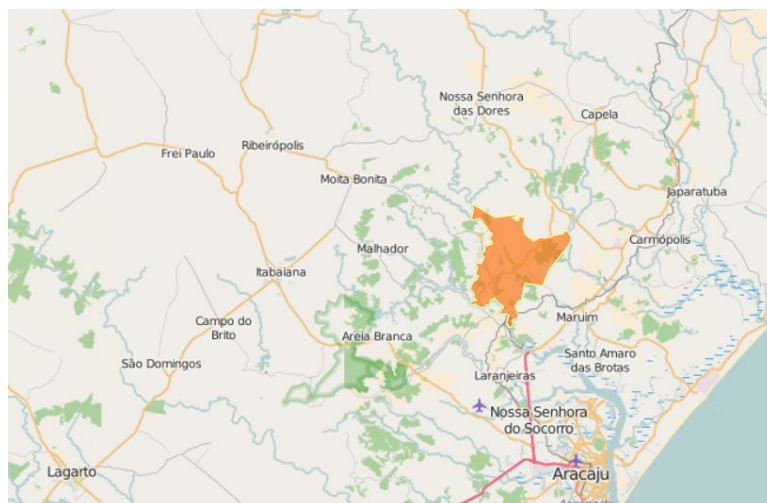
#### 2.4.1 Renda Irlandesa de Divina Pastora (SE): exemplo local de IP

Em Sergipe, as IGs não são uma novidade desde 2012, quando a renda de lacê do município de Divina Pastora registrou junto ao INPI na modalidade de IP. As suas especificações são próprias de um artesanato que no Brasil pode requerer registro de indicação geográfica no INPI.

O modo de fazer Renda Irlandesa, tendo como referência este ofício em Divina Pastora, no Estado de Sergipe, este ofício é relacionado ao universo feminino e vinculado, originalmente, à aristocracia. A partir, especialmente, da metade do século 20, a confecção da renda surgia como uma alternativa de trabalho, e hoje essa tarefa ocupa mais de uma centena de artesãs, além de ser uma referência cultural. O Modo de Fazer Renda Irlandesa, tendo como referência este ofício em Divina Pastora/SE, foi inscrito no Livro de Registro dos Saberes, em 2009. (IPHAN) (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL).

Renda feita com agulha, a base de lacê<sup>1</sup>, o fio derivado da seda, vai preenchendo os contornos dos desenhos feitos no tecido e compondo um delicado trabalho de criatividade e designer. Esta renda é de tradição medieval que chegou com os colonos e tornou-se tradição na cidade.

Figura 2: Município de Divina Pastora - SE



Fonte: IPHAN, 2016

A cidade de Divina Pastora fica localizada no Leste do estado de Sergipe, a 39 quilômetros da capital, Aracaju, precisamente na região vale do Cotinguiba. Muito conhecida em nível estadual por abrigar a imagem de Nossa Senhora Divina Pastora, para a qual se faz anualmente uma romaria católica tradicional com um relevante número de fiéis. Ali se desenvolveu a renda irlandesa em função de sua história colonial e dos gostos da aristocracia escravocrata canavieira que fizeram da região um reduto de suas práticas e modos de vida.

<sup>1</sup>A palavra lacê significa laço, que é a forma como se constrói a trama da renda irlandesa a partir de laços feitos com linha e agulha.

Figura 3: Renda de agulha em lacê da cidade de Divina Pastora-Se



Fonte: IPHAN, 2016

O processo de organização dos documentos exigidos na concessão do IP começou, segundo relatos dos participantes, em 2008. Uma ação de prerrogativa do SEBRAE, da prefeitura local e associação das rendeiras da cidade. Embora as rendas já tivessem uma forte valorização comercial, e uma iniciativa corporativa por parte da ASDEREN (Associação para o Desenvolvimento da Renda de Divina Pastora), a concessão só se deu em 2012, daí serem poucas as informações que se tem sobre o impacto do selo sob as atividades de produção, mas com certeza a segurança da legitimidade dos produtos já é um avanço para a progressão da renda da região, além do fato de ter sido adicionado à lista de patrimônio cultural do IPHAN com registro datado em 28/01/2009.

## 2.5 Indicações Geográficas Como Instrumento de Desenvolvimento

Vários são os produtos no Brasil que adquiriram IG nos últimos tempos. Na sua maioria produtos alimentícios, como em todo o resto do mundo, lembrando que na Europa somente produtos alimentícios recebem indicação geográfica. Nacionalmente, outros produtos artesanais foram agraciados pela legislação que permite que os mesmos sejam protegidos com selo de IP ou DO.

Em síntese, pode-se afirmar que vários setores podem ser beneficiários da implantação da IG, seja em sua modalidade IP ou DO. As implantações das IG's podem contribuir para o desenvolvimento local de forma substancial. É o que assegura Kakuta (2006) que elenca várias relações entre áreas e desenvolvimento promovidos demonstrados no quadro 3.

Quadro 3: Possíveis ações incrementadas pela IG

<b>Setor econômico</b>	Aumento do valor agregado dos artigos; Incremento do valor dos imóveis da região; Estímulo aos investimentos na própria zona de produção; Desperta o desenvolvimento de outros setores.
<b>Setor de promoção e Comércio dos Produtos</b>	Reconhecimento de notoriedade dos produtos, assegurando originalidade e qualidade; Associação de imagem autêntica e seguridade de exploração de serviços e produtos; Notoriedade internacional facilitando a inclusão do produto no mercado; Identificação do produto pelo consumidor dentre outros artigos; Estímulo à melhoria da qualidade dos produtos
<b>Setor sociocultural</b>	Inclusão de produtores ou regiões desfavorecidas; Proteção de um patrimônio nacional e econômico: das regiões, do manejo dos produtos. Proteção da riqueza, da variedade e da imagem de seus produtos.
<b>Setor Meio Ambiente</b>	Proteção da biodiversidade e do meio ambiente; assegurar a permanência da população em zonas rurais. Abertura de postos de trabalho; Revitalização das áreas rurais através do incentivo a iniciativas de outros setores como a do turismo.

Fonte: Kakuta (2006). Adaptado pela autora, 2016.

Corroborando com o entendimento acima, Boisier (1996) afirma que nos espaços onde as produções de produtos territoriais criam um novo território socialmente construído, a IG pode desempenhar um importante pilar. Ainda conforme o referido autor, isso representa:

[...] potencializar sua capacidade de auto-organização, transformando uma sociedade inanimada, segmentada por interesses setoriais, pouco perceptiva de sua identidade territorial e definitivamente passiva, em outra, organizada, coesa, consciente de sua identidade, capaz de mobilizar-se em torno de projetos políticos comuns, ou seja, capaz de transformar-se em sujeito de seu próprio desenvolvimento. (BOISIER, 1996, p.26).

Boisier (1996) ainda assevera que o modelo de desenvolvimento socialmente construído pode ser realizado “de baixo para cima”, ou seja, no caso da IG, a participação dos respectivos titulares. O que Amaral Filho (1996, p. 37) define como desenvolvimento endógeno:

Do ponto de vista espacial ou regional, o conceito de desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo interno de ampliação contínua da capacidade de agregação de valor sobre a produção, bem como da capacidade de absorção da região, cujo desdobramento é a retenção do excedente econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes provenientes de outras regiões. Esse processo tem como resultado a ampliação do emprego, do produto e da renda do local ou da região, em um modelo de desenvolvimento regional definido.

Em se tratando ainda de desenvolvimento endógeno, Barros *et al* (2006, p. 94), partem de uma hipótese de que o “território não é apenas um mero suporte físico dos objetos, atividades e processos econômicos, mas também que é um agente de transformação territorial”. Na visão de Eymard-Duvernay:

A construção social endógena dos produtos territoriais requer a inserção de instituições coletivas que definem regras de qualidade e fornecem os meios para garantir o respeito a tais regras. Dessa forma, é preciso entender que os produtos territoriais fortalecem um modelo de produção específico, cuja demanda de capacidades inovadoras é permutada pela inovação de organização da produção no seu território (EYMARD-DUVERNAY, 1995, tradução nossa).

A IG promove concomitantemente várias transformações que se expandem na população de suas comunidades de origem de onde se exercem as atividades produtivas. Muitas vezes, o andamento de gerenciamento das DO e IP geram Arranjos Produtivos Locais (APL)<sup>2</sup>. Se bem administrado, tem-se a partir das indicações uma mola mestra para engrenar as transformações socioeconômicas.

---

<sup>2</sup> Arranjos produtivos locais são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais - com foco em um conjunto específico de atividades econômicas - que apresentam vínculos mesmo que incipientes. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas - que podem ser desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços,

Pode-se afirmar, também, que as regiões que obtiveram a indicação geográfica passam a ter visibilidade mundial e nacional, refletindo na materialização de pontos de visitação turística, já que a IG é uma prática comum no mercado internacional e que tem reverberações internas de grande amplitude. Tal visibilidade incorpora, em si, o interesse de fluxo turístico, pois agrega uma curiosidade ao público que vê na cultura local certos atrativos.

A aliança entre Turismo e Indicação Geográfica propicia o reconhecimento de culturas tradicionais, a valorização da gastronomia típica, produção sustentável de alimentos, proteção dos manuseios artesanais e culturais. É uma união que, ao mesmo tempo, fortalece o turismo interno no País e gera renda, agregando valor às atividades agrícolas, artesanais e agroindustriais, colaborando com a preservação do patrimônio natural e cultural. Essa é uma fórmula para que o agricultor e a agricultora familiar possam perpetuar as heranças das gerações anteriores e ainda modernizar as instalações, impulsionados por mais essa oportunidade de comercialização dos seus produtos (NASCIMENTO, NUNES, BANDEIRA, 2012, p. 380).

Ainda em se tratando do incremento da atividade turística decorrente do reconhecimento da IG, Druzian e Nunes (2012) asseveram que:

O reconhecimento da IG não beneficia apenas os produtores do bem registrado, mas também cria oportunidades de renda e emprego para outros setores tais como serviços de hotelaria, lojas de presentes, restaurantes e produção de outros produtos tais como geleias, doces, sucos, entre outros.

Não obstante ao que Druzian e Nunes se refere, Dubeuf *et al* (2010) acreditam que as iniciativas de IGs atreladas a este ramo de atividade podem ser geridas de inúmeras maneiras, a saber:

---

comercializadoras, clientes, entre outros - e suas variadas formas de representação e associação. Incluem também diversas outras organizações públicas e privadas voltadas para: formação e capacitação de recursos humanos, como escolas técnicas e universidades; pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento. (SANTOS, GUARNERI, 2000)



Eventos únicos ou periódicos (festivals gastronômicos; semanas temáticas; feiras; eventos culturais etc.); iniciativas permanentes de turismo (estabelecimentos de rotas temáticas; projetos de degustação e valorização do momento de consumo dos produtos; abertura dos locais de fabricação à visitação; ofertas de cursos etc.); elaboração e publicação de material promocional (brochuras; livros; web sites; logotipos; slogans etc.); e iniciativas para alvos específicos (treinamento para restaurantes, *blogueiros*, operadores turísticos e outros formadores de opinião; participação de competições/eleições de produtos da categoria; encontros de degustação particularizados etc.)(DUBEUF; MORALES; GENIS, 2010).

Fato comum ao turismo contemporâneo que leva centenas de pessoas a regiões responsáveis pela fabricação de produtos consumidos pela população em geral, é o caso do chocolate e seus centros produtores, destas fábricas até as regiões de beneficiamento do cacau, com direito à degustação de frutos e experiências concretas de plantio e colheita, até a maturação da bebida; o café em vários estágios da produção, entre outros insumos; o vinho, neste caso do Vale dos Vinhedos, onde os produtores criaram itinerários de visitas às vinícolas com direito à degustação, mostras gastronômicas e curiosidades sobre a cultura da vinha.

As ações em torno do reconhecimento de uma indicação geográfica, além de agregar valores aos produtos fabricados pelas associações de produtores e a comunidade em geral, acabam por variar em serviços e possibilidades de comercialização de outros bens cultivados pelos mesmos.

## 2.6 Experiência Internacional e Nacional com IG de Queijos

Os selos de origem dados a certos produtos datam de muito tempo na Europa. No Brasil esta prática vem sendo difundida e aceita como instrumento de salvaguarda de direitos sobre os mais variados objetos de consumo. Entre os queijos mais famosos tem-se como exemplo o queijo Brie<sup>3</sup>, o queijo Rochefort<sup>4</sup>, o Camembert<sup>5</sup>, o Queijo Estrela; o queijo Gorgonzola. Todos eles de grande circulação internacional atribuído, em parte, à IG.

---

<sup>3</sup> “Este queijo é elaborado na região da Ile-de-France, na província francesa de Brie localizada ao norte da França, a aproximadamente 40km da capital. O envolvimento da cidade de Meaux no pedido de denominação de origem do Brie é antiga. No final do séc. XIX produtores prejudicados com a concorrência e as tentativas de usurpação desse queijo buscaram apoio nos setores públicos com pedidos de proteção de acordo com a lei sobre as denominações de Origem.” (MENEZES, 2015. p.32)

Alguns destes sofreram, segundo Menezes (2015), uma pressão muito forte por parte dos falsificadores que usavam da fama dos queijos originais na comercialização de seus produtos, fato este que deu a IG um forte caráter protecionista tanto dos fabricantes dos referidos laticínios, como uma proteção do consumidor.

O comércio dos referidos queijos referendados pelas IGs não só participa de um processo de valorização, como:

Contribuem para o desenvolvimento cultural das cidades, constituindo assim um fator de qualidade territorial. Para tanto, organizam festas, feiras, outros eventos e buscam assegurar e reforçar os laços com qualidade do produto que resultam em dividendos econômicos para os governos locais. (MENEZES, 2015, p.33).

Nacionalmente, têm-se exemplos de experiências com IG de queijos. O Queijo Minas Artesanal da Serra da Canastra é caracterizado com um desses exemplos. Resultado de investimentos das associações de produtores, a IG do Queijo Canastra repercute com várias frentes de integração e expansão do mercado. O Queijo Serra da Canastra de Minas Gerais recebeu a indicação geográfica na modalidade IP. Com a IP, registro concedido pelo INPI, a região estrategicamente que se delimita pelas fronteiras das cidades de São Roque de Minas, Medeiros, Vargem Bonita, Tapiraí, Bambuí, Delfinópolis e Piumhi, passou a ser reconhecida como a única produtora de queijo canastra do país. (INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA - IMA, 2009).

A produção de queijo da Serra da Canastra tem especificidades singulares. No processo de fabricação do queijo tanto na Europa quanto em Minas Gerais, o fermento (coalho) que é utilizado é o chamado industrial, para uma notória padronização da produção, determinada por lei do Brasil. Ao contrário desta padronização, os queijos fabricados da Serra

---

<sup>4</sup> “O Roquefort é um queijo do sul da França de sabor forte, feito de leite de ovelha. O Roquefort é branco, esfarelento e levemente úmido, com veios característicos de matriz azul. Esse queijo tem sabor forte e odor característico notável de ácido butírico. O Roquefort não tem casca e o seu exterior é comestível e levemente salgado. O processo de fabricação do Roquefort, que segue métodos imutáveis, dura até sete meses passando por diversas etapas, em muitas das quais segredos permanecem bem guardados e são transmitidos de geração a geração.” (MENEZES, 2015 p.34/35)

<sup>5</sup> A origem desse queijo remonta aos anos de 1971 na vila de Camembert, na região da Normandia. De acordo com relatos, esse queijo constitui uma variação do queijo Brie, segundo a lenda disseminada na região. (MENEZES, 2015, p.33-34)

de Canastra recebem o “pingo”, um fermento lácteo natural recolhido a partir do soro que drena do próprio queijo, feitura pela qual se agrega ao produto as características de solo, clima e vegetação da região. Cada produtor, portanto, “endossa um *terroir* próprio na produção do seu queijo e esta característica particular se afirma na Indicação Geográfica Serra da Canastra, onde pequenos *terroirs* são identificados”. (HARBUTT, 2010, p.7).

Segundo a Associação do Produtores de Queijo da Canastra (APROCAN, 2016)<sup>6</sup>, já se somam 750 produtores associados dessa região. Atualmente, os mesmos efetivam estratégias que visam ampliar o mercado de atuação e na valorização contínua do produto. Esse fato só é possível como implemento de normas de fabricação exigidas em nível nacional e internacional. Cabe salientar que todos os itens que recebem a IG são avaliados periodicamente para a comprovação de fidelização do produto.

O queijo minas artesanal do Serro, no estado de Minas Gerais, dentro das experiências de IG é um dos vintes registros concedidos no país. Na época de sua concessão, 80 famílias de 11 municípios da microrregião do Serro (MG) foram beneficiadas com a proteção do produto e o fortalecimento da atividade de laticínios da região, no ano de 2011. Esse feito foi uma iniciativa da Associação dos Produtores Artesanais de Queijo do Serro (APAQS) que comercializam e regulam a produção entre seus associados.

A região do serro é composta de nove municípios produtores. São eles: Alvorada, Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Materlândia, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antônio do Itambé, Serra Azul de Minas e Serro. (INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA - IMA, 2009).

Embora haja exemplos emblemáticos dos impactos positivos promovidos por uma IP, sobretudo para o crescimento das regiões rurais, Santos (2014, p.119) na sua pesquisa empírica junto aos produtores de Queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra, no Rio Grande do Sul, que estão pleiteando o registro de IG junto ao INPI, identificou que:

---

<sup>6</sup> APROCAN, disponível em: <http://queijodacanastra.com.br/historias>, consultado em: 21/07/2016

Os efeitos de uma IG não são automáticos e nem instantâneos e dependem de uma série de ações que precisam ser previstas anteriormente ao processo de implantação da IG. Ainda que a constituição de uma IG seja uma oportunidade de organização dos sistemas produtivos e dos produtores envolvidos nos processos, é preciso analisar se sua implantação irá atender às necessidades e aos anseios dos produtores. Em geral, as justificativas para a implantação de uma IG estão relacionadas a possibilidades de acessar novos mercados, entretanto verificou-se que a maior demanda dos sistemas é por formas de estabelecer-se nos mercados tradicionais de maneira mais estável, sendo que a produção em pequena escala, característica da grande maioria dos produtores tradicionais, dificilmente possui meios para ampliar tão significativamente sua produção que lhes permitissem ampliar seu campo de atuação comercial.

Ainda conforme a autora acima, as instituições brasileiras vêm trabalhando no sentido de valorizar e proteger o sistema cultural alimentar. “Contudo, esses esforços precisam ser conjugados entre as diferentes instituições envolvidas nos processos, evitando assim orientações antagônicas” (SANTOS, 2014).

Corroborando com Santos, Altamann (2006) alerta de “que a simples aplicação de um selo de garantia de qualidade por si só não assegura a colocação dos produtos no mercado em condições vantajosas”. “O produto e seu sistema têm que ser plenamente conhecidos e respeitados por produtores, processadores e distribuidores e, sobretudo, reconhecido pelos consumidores, o que exige, também, concomitantes investimentos em marketing” (ALTAMANN, 2006).

O desafio que se coloca numa perspectiva de desenvolvimento queijeiro e uma possível certificação, diz respeito a participação autêntica do conjunto de todos os elementos sociais, que perpassam as questões da territorialidade, da preservação de patrimônio e da viabilidade econômica.

### 3 A PRODUÇÃO DE QUEIJOS E SEUS TERRITÓRIOS

Neste capítulo, tece-se uma visão sobre o mercado de laticínios no território nacional, destacando suas principais diferenças e a relação desses locais de produção e o beneficiamento do comércio através de suas experiências com as IGs. Em especial, foca-se a descrição da experiência sergipana com a produção de queijo e seus desafios comuns em busca de melhor qualidade e da aceitação do mercado consumidor.

#### 3.1 Mercado de Laticínios no Brasil.

O mercado de laticínios no Brasil é um dos maiores e dos mais tradicionais setores da economia agropecuária no país. Sua atividade desenvolveu-se a partir do povoamento do interior da colônia e vai até a abertura dos portos aos imigrantes europeus ainda no século XIX. E não para de crescer. Outros fatores relevantes que fomentaram o desenvolvimento da indústria de laticínios no Brasil foram: a desregulamentação do mercado de leite, a abertura comercial e a estabilidade econômica que impulsionaram o consumo e, portanto, a produção de laticínios.

Segundo Jank *et al* (1999, apud KMIT, 2004):

O sistema agroindustrial do leite brasileiro sofreu profundas mudanças de caráter estrutural desde a virada dos anos 90. Primeiro, veio a desregulamentação do mercado logo no início do governo Collor, liberando os preços dos produtos após mais de quatro décadas de controle estatal. Simultaneamente, ocorreu a abertura comercial ao exterior e a consolidação do Mercosul, que representaram um incremento da concorrência com produtos importados. Finalmente, o Plano Real trouxe a redução da inflação e a estabilização da economia.

Historicamente e geograficamente o Sul e o Sudeste brasileiro tiveram um investimento cultural aliado a condições geográficas de pastagem que não podem ser comparados com as demais regiões. Isso tudo foi capaz de alavancar a produção queijeira como forma de aproveitamento do leite produzido por essas regiões. Não se deve esquecer

que a maior parte das indústrias de beneficiamento do leite está concentrada nas regiões Sul e Sudeste, destacando a importância dessas regiões para o mercado de laticínios.

Segundo dados da pesquisa trimestral do leite do IBGE (2015), o Sudeste destaca-se como maior região de maior produção (41,1%), dando maior ênfase ao Estado de Minas Gerais com 26,8% da produção brasileira total. O Sul caracteriza-se com 36,0% da produção total nacional e não para de crescer. Essa contabilidade por região produtora assevera índices insatisfatórios no que tange as regiões Norte (4,4%) e Nordeste (5,2%), pois estas ficam muito além das expectativas produtivas, como consta na tabela 1.

Tabela 1– Produção de leite (em mil litros) sob inspeção (federal, estadual e municipal), no Brasil, 2011 a 2015.

Brasil/ Regiões/ Estados	2011	2012	2013	2014	2015	Partic. prod. 2015 %	Variação			
							2015/ 2014	2014/ 2013	2013/ 2012	2011 a 2015
							%	%	%	% aa
<b>Brasil</b>	<b>21.795.000</b>	<b>22.338.333</b>	<b>23.552.830</b>	<b>24.747.038</b>	<b>24.049.786</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,8%</b>	<b>5,1%</b>	<b>5,4%</b>	<b>2,5%</b>
Rondônia	782.958	768.650	782.427	760.087	698.907	2,9%	-8,0%	-2,9%	1,8%	-2,8%
Acre	11.177	14.347	12.516	11.826	12.412	0,1%	5,0%	-5,5%	-12,8%	2,7%
Amazonas	3.972	5.073	5.499	5.651	2.902	0,0%	-48,6%	2,8%	8,4%	-7,5%
Roraima	317	1.059	1.613	1.507	1.138	0,0%	-24,5%	-6,6%	52,3%	37,6%
Pará	308.379	297.471	320.436	311.397	234.603	1,0%	-24,7%	-2,8%	7,7%	-6,6%
Tocantins	118.718	116.748	135.958	127.946	109.053	0,5%	-14,8%	-5,9%	16,5%	-2,1%
<b>Norte</b>	<b>1.225.520</b>	<b>1.203.348</b>	<b>1.258.449</b>	<b>1.218.414</b>	<b>1.059.015</b>	<b>4,4%</b>	<b>-13,1%</b>	<b>-3,2%</b>	<b>4,6%</b>	<b>-3,6%</b>
Maranhão	62.916	69.824	77.960	84.450	64.618	0,3%	-23,5%	8,3%	11,7%	0,7%
Piauí	9.663	13.214	15.820	19.151	17.523	0,1%	-8,5%	21,1%	19,7%	16,0%
Ceará	252.461	226.754	222.450	270.907	257.311	1,1%	-5,0%	21,8%	-1,9%	0,5%
R.Grande Norte	69.041	58.777	47.398	48.569	46.190	0,2%	-4,9%	2,5%	-19,4%	-9,6%
Paraíba	51.199	48.039	41.303	54.025	51.624	0,2%	-4,4%	30,8%	-14,0%	0,2%
Pernambuco	273.350	271.938	211.931	227.634	241.454	1,0%	6,1%	7,4%	-22,1%	-3,1%
Alagoas	100.809	79.971	74.524	79.858	70.036	0,3%	-12,3%	7,2%	-6,8%	-8,7%
Sergipe	125.169	116.737	127.844	169.137	164.803	0,7%	-2,6%	32,3%	9,5%	7,1%
Bahia	408.583	331.489	326.532	363.629	332.449	1,4%	-8,6%	11,4%	-1,5%	-5,0%
<b>Nordeste</b>	<b>1.353.191</b>	<b>1.216.743</b>	<b>1.145.762</b>	<b>1.317.360</b>	<b>1.246.008</b>	<b>5,2%</b>	<b>-5,4%</b>	<b>15,0%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>-2,0%</b>
Minas Gerais	5.648.763	5.546.817	6.171.001	6.589.511	6.439.650	26,8%	-2,3%	6,8%	11,3%	3,3%
Espírito Santo	295.642	302.209	302.844	320.970	290.500	1,2%	-9,5%	6,0%	0,2%	-0,4%
Rio de Janeiro	326.886	387.195	496.350	511.718	539.779	2,2%	5,5%	3,1%	28,2%	13,4%
São Paulo	2.515.106	2.332.034	2.531.510	2.524.793	2.607.200	10,8%	3,3%	-0,3%	8,6%	0,9%
<b>Sudeste</b>	<b>8.786.396</b>	<b>8.568.255</b>	<b>9.501.705</b>	<b>9.946.992</b>	<b>9.877.129</b>	<b>41,1%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>4,7%</b>	<b>10,9%</b>	<b>3,0%</b>
Paraná	2.429.652	2.589.353	2.818.337	2.972.084	2.831.183	11,8%	-4,7%	5,5%	8,8%	3,9%
Santa Catarina	1.795.887	2.103.820	2.117.665	2.339.723	2.348.391	9,8%	0,4%	10,5%	0,7%	6,9%
R.Grande Sul	3.196.155	3.551.609	3.459.966	3.430.747	3.488.321	14,5%	1,7%	-0,8%	-2,6%	2,2%
<b>Sul</b>	<b>7.421.693</b>	<b>8.244.782</b>	<b>8.395.968</b>	<b>8.742.554</b>	<b>8.667.895</b>	<b>36,0%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>4,1%</b>	<b>1,8%</b>	<b>4,0%</b>
Mato Gr. Sul	200.699	209.940	197.812	206.459	189.449	0,8%	-8,2%	4,4%	-5,8%	-1,4%
Mato Grosso	542.511	584.374	595.004	618.000	548.288	2,3%	-11,3%	3,9%	1,8%	0,3%
Goiás	2.237.105	2.290.603	2.445.863	2.685.137	2.449.546	10,2%	-8,8%	9,8%	6,8%	2,3%
Distrito Federal	27.887	20.292	12.270	12.124	11.349	0,0%	-6,4%	-1,2%	-39,5%	-20,1%

Fonte: IBGE (pesquisa trimestral do leite, 2015). Adaptação da autora.

O estado de Sergipe vem crescendo consideravelmente a sua produção leiteira. A bacia leiteira do alto sertão sergipano apresenta uma produção bastante pulverizada, alicerçada em pequenas unidades produtivas da agricultura familiar. De acordo com

Nascimento (2009) e Mota et al, (2010), o leite é um fator de inserção dos agricultores familiares no mercado.

Segundo Carvalho Filho et al., (2004), apesar da importância da produção de leite e suas interações, o agricultor familiar ainda fica exposto aos problemas consequentes do período de seca, principalmente quando esta é prolongada. Normalmente ele adquire insumos externos, a exemplo de rações concentradas, o que o torna vulnerável, em face de uma perspectiva desfavorável da relação insumo/produto ou, então, ele se inviabiliza, por não conseguir recursos financeiros no momento exato para suplementar a alimentação do gado.

Tradicionalmente, a produção de leite encontra-se atrelada às outras atividades como a fabricação de queijos artesanais. O leite é destinado a fabricação de queijos de identidade regional, confeccionados de forma caseira ou em unidades informais processadoras de derivados de leite.

### 3.2 Mercado de Laticínios em Sergipe: Produção e Consumo

A produção de queijo de coalho, no Alto Sertão Sergipano, é uma atividade econômica que se confunde com a própria história do brasileiro e do povo sergipano em especial. Sabe-se que a exploração agropecuária não somente fora de suma importância para a povoação do sertão brasileiro, como fonte principal do abastecimento de carne do Nordeste, como em todo Brasil. Historicamente, em Sergipe, fatos semelhantes aconteceram em relação à sua povoação.

A ocupação do Sertão Sergipano do São Francisco encetou no séc. XVI com a doação de grande e pequenas glebas de terras pela Coroa Portuguesa, visando firmar a posse, então ameaçada pelas invasões holandesas. Nesse bojo, os indígenas são empurrados para outras terras, processo violento e perverso no qual, tribos inteiras forma dizimadas. Nesse sentido, Simonsen (1977, p. 152) afirma que “em 1589, Cristóvão de Barros ocupou a costa até o São Francisco expulsando os selvagens”. Iniciarem-se também as distribuições de sesmarias no sentido ascendente do rio. Aqueles que participaram das lutas contra os indígenas solicitavam as sesmarias e alegavam que seriam utilizadas para a criação de gado e roças com cultivos de subsistência. (MENEZES, 2015, p. 145-146).

Foi nesse processo que o gado e o aproveitamento do leite se deram, tornando-se uma fonte para subsistência familiar. Segundo coloca Menezes (2015), o caminho para o povoamento do interior brasileiro fora demarcado pelo gado, não aceito em terras litorâneas. “Igualmente aos espaços sertanejos nordestinos, conforme exposto anteriormente, a criação de bovinos torna-se uma atividade importante na área sergipana no que concerne ao povoamento” (MENEZES, 2015, p.147).

Até os anos 50 as bacias leiteiras ficavam circunscritas a capital e se deslocaram nos anos 60 do centro do estado para a região semiárida, caracterizada pela forte presença da agricultura familiar (SAUTIER, 2000; CERDAN et al., 2003, p.7). A partir dos anos 70, iniciou-se paulatinamente uma mudança na orientação do rebanho para produção de leite. Emerge, então, no semiárido do estado, a bacia leiteira do Alto Sertão Sergipano, onde o município de Nossa Senhora da Glória destaca-se em nível de produção e de processamento de leite. Considerado como o centro dessa bacia leiteira, este município exerce uma significativa influência regional. Essa liderança ultrapassa os limites geográficos dos municípios circunvizinhos e outras microrregiões (NASCIMENTO; MENEZES, 2001).

Segundo dados da Pesquisa Pecuária Municipal (PPM) do IBGE (2014), revelaram-se fatos surpreendentes sobre a expansão pecuária do leite no Estado de Sergipe. Os números mostram que a produção anual de leite no Estado cresceu 200% entre os anos 2000 e 2014, passando de 115 milhões para 345 milhões de litros. Sergipe neste último ano respondia por aproximadamente 9% da produção do leite nordestino, um percentual que coloca o Estado em destaque, uma vez que a sua dimensão territorial o desfavorece para qualquer atividade extensiva. (Tabela 2)

Para ter uma ideia do quanto significam esses números, faz-se uma comparação com o seu vizinho limítrofe Alagoas, Estado com uma bacia leiteira tradicional. No mesmo período o Estado de Alagoas cresceu apenas 37%, sendo que em 2000 a produção leiteira alagoana era o dobro da sergipana. Em 2014, a produção sergipana superava a do seu Estado vizinho em 13,5%.



Tabela 2– Produção de leite – em litros - região nordeste do Brasil no ano de 2014

<b>Estados Nordestinos as maiores produções de leite, em ordem decrescente</b>	<b>Quantidade de leite produzido em 2014 (1000 L)</b>	<b>Participações no total da produção nordestina (%)</b>
Bahia	1 212 091	31,2
Pernambuco	656 673	16,9
Ceará	494 024	12,7
Maranhão	393 030	10,1
Sergipe	345 020	8,9
Alagoas	304 674	7,8
Rio Grande do Norte	232 338	6,0
Paraíba	170 479	4,4
Piauí	79 957	2,0
<b>Total</b>	<b>3 888 286</b>	<b>100,0</b>

Fonte: IBGE (Pesquisa Pecuária Municipal)

Diante desse contexto de expansão da bacia leiteira sergipana, percebe-se a oportunidade de implementação de novos empreendimentos de produção de artigos derivados de leite no Estado, apontando um novo patamar dessas atividades, inclusive do queijo de coalho. O crescimento registrado ao longo dos desses anos é extraordinário, revelando um cenário totalmente novo e com expectativas para esse tipo de empreendimento.

A pecuária no Estado de Sergipe é uma atividade de grande importância em sua economia. Segundo dados do último Censo Agropecuário, em 2006, 64% das terras destinadas para essa atividade foram ocupadas por pastagens, o que corresponde a 943 mil hectares. Além disso, outro fato importante e curioso é a região de concentração da bacia leiteira sergipana, notadamente na mesorregião do Sertão Sergipano com aproximadamente 66% da produção de leite (Tabela 3), principalmente na Microrregião Sergipana do Sertão do São Francisco, com destaque para o Alto Sertão e em menores proporções de maneira gradativa, no Médio Sertão e no Baixo São Francisco.

Tabela 3–Produção de leite no alto sertão sergipano em 2014

<b>Mesorregiões</b>	<b>Vacas ordenhadas (cabeças)</b>	<b>Quantidade (1 000 litros)</b>
Sertão Sergipano	115 232	226 192
Agreste Sergipano	65 198	59 163
Leste Sergipano	54 873	59 665
<b>Total</b>	<b>235 303</b>	<b>345 020</b>

Fonte: IBGE (Censo Agropecuário)

Os seis municípios com maiores produções de leite estão localizados na região territorial do Alto Sertão Sergipano (Tabela 4). São eles, em ordem de maior produção: Nossa Senhora da Glória, Porto da Folha, Poço Redondo, Canindé do São Francisco, Gararu e Monte Alegre. Além destes, outros municípios dessa região também se destacam em menores proporções na produção de leite, fazendo do lugar uma referência no Estado, fator importante para a consolidação de uma área de IG sob a modalidade IP, sobretudo do queijo de coalho.

Tabela 4 – Produção de leite no sertão sergipano em 2014 (municípios com maiores produções)

<b>Municípios</b>	<b>Vacas ordenhadas (cabeças)</b>	<b>Quantidade (1 000 litros)</b>
Nossa Senhora da Glória	18 030	47 329
Porto da Folha	15 313	33 765
Poço Redondo	14 605	32 204
Canindé de São Francisco	10 584	24 449
Gararu	10 395	21 830
Monte Alegre de Sergipe	7 665	16 901

Fonte: IBGE (Pesquisa Pecuária Municipal)

O crescimento da pecuária leiteira foi impulsionado, sobretudo, pela instalação das indústrias de beneficiamento Parmalat, Betânia e a Natville. Dessa forma, os produtores rurais de grande e médio porte, vinculados a essas empresas, tiveram suas demandas absorvidas regularmente e prospectaram o desenvolvimento dos seus estabelecimentos (MENEZES, 2009).

O sistema de produção agroalimentar dos derivados de leite é, em sua grande maioria, artesanal, especialmente do queijo de coalho. Trata-se de uma cultura, como também um modo de vida enraizado na história do lugar, contribuindo na reprodução socioeconômica dos agricultores familiares. Os modos de produção do queijo de coalho continuam sendo transmitidos fortemente na região, na qual sua elaboração envolve a participação de componentes da família, representando em muitos casos a única ou principal fonte de renda. (SILVA e MENEZES, 2012).

Porém, a produção leiteira deslanchou também uma produção de queijo com características microempresárias, que abastece outros mercados fora da região e até mesmo

outros estados. Essa atividade econômica é decorrente do excedente da produção leiteira, mas que independe de associação familiar. A presente pesquisa empenhou-se na descrição destas fabriquetas definidas por Menezes e Almeida (2008) como sendo:

(...) pequenas empresas comerciais, artesanais ou protoindustriais inseridas no mercado informal. Essas colaboram na diversificação das economias locais, surgindo um número considerável de lojas de produtos agropecuários e pequenas oficinas que criam equipamentos para a produção dos derivados e para o transporte da matéria-prima. (MENEZES e ALMEIDA, 2008, p. 53).

As fabriquetas têm uma relevância essencial na constituição do tecido social da região, seja pelos serviços prestados, seja pela empregabilidade de mão de obra ou, ainda, por conta de fornecerem produtos que pela sua tradição são associados a uma região, condição *sine qua non* no atual contexto de valorização das capacidades locais.

Ao longo do tempo as fabriquetas do município de Nossa Senhora da Glória foram adaptando-se às condições socioeconômicas da região, compondo-se em um relevante veículo para o escoamento da produção leiteira do Alto Sertão Sergipano. Segundo Cerdan *et al* (2003), as fabriquetas:

Produzem queijos específicos da região: o coalho (leite coalhado e prensado), o requeijão (leite desnatado coalhado e cozido) e a manteiga. Além desses produtos tradicionais, observou-se uma evolução para queijos mais genéricos como o mussarela e o coalho pré-cozido, o que demonstra a capacidade dessas unidades de se adaptarem ao mercado. Outros produtos secundários estão sendo também fabricados sob o pedido específico de um comerciante (ricota, creme de leite, leite cru e manteiga de garrafa).

Em se tratando do número de fabriquetas deste município de acordo com a Empresa de Desenvolvimento Agrário de Sergipe (EMDAGRO) (2011, p. 17), o universo destas é composto por 26 produtores, como consta na tabela 5.

Tabela 5 – Município, número total de fabriquetas, volume total de leite produzido e beneficiado e número de produtores fornecedores de leite/fabriquetas, no âmbito do território do alto sertão sergipano - 2009/2010

Município	Nº de fabriquetas (anos)			Volume total do leite beneficiado (Litros/dia)		
	2003	2009/2010	%	2003	2009/2010	%
N. Sr. <sup>a</sup> . da Glória	24	26	8	32.500	58.700	81
Gararu	18	26	44	10.100	21.530	113
Porto da Folha	15	23	53	21.500	49.200	129
Poço Redondo	08	07	-14	6.800	11.070	63
N. Sr. <sup>a</sup> . de Lourdes	06	12	100	7.500	16.050	114
Monte Alegre	05	03	-67	4.750	5.800	22
Canindé	01	05	400	1.080	6.600	511
TOTAL	77	102	32	84.230	168.950	101

Fonte: Emdagro, 2009/2011. Adaptação da autora.

Ainda de acordo com a EMDAGRO (2011), a produção de derivados de leite produzidos pelas fabriquetas, suas quantidades e comercialização do alto sertão Sergipano se configura na tabela 6.

Tabela 6 – Derivados de leite produzidos através de fabriquetas, quantidades e comercialização, segundo mercados interno e externo, no âmbito do território do alto sertão sergipano 2009/2010

Derivados leite prod./fabriqueta	Qtd.prod. (Kg/dia)	Comercialização de Derivados de Leite				Total %
		Merc. Interno	%	Merc. Externo	%	
Qj. Mussarela	5.775	2.753	47,7	3.022	52,3	100
Requeijão	5.071	3.059	60,3	2.012	39,7	100
Qj. Coalho	3.690	3.384	91,7	306	8,3	100
Manteiga	3.453	2.235	64,7	1.218	35,3	100
Qj. Pré-cozido	2.225	663	29,8	1.562	70,2	100
Outros	145	113	77,9	32	22,10	100
TOTAL	20.359	12.207	60,0	8.152	40,0	100

Fonte: Emdagro, 2009/2011

Quanto ao destino da produção de derivados de leite produzidos pelas fabriquetas, se dá através dos estados importadores de tal produção, como mostra a tabela 7.

Tabela 7 – Estados importadores de derivados de leite produzidos por fabriquetas e quantidades exportadas, no alto sertão sergipano 2009/2010

Estados Importadores	Mercado Externo		
	Quantidade Exportada		
	Kg/dia	%	Kg/semana
Paraíba	5.762	70,7	46.096
Bahia	1.134	13,9	10.672
Alagoas	666	8,2	5.328
Pernambuco	340	4,2	2.720
Rio Grande do Norte	250	3,0	2.000
<b>TOTAL</b>	<b>8.152</b>	<b>100,0</b>	<b>66.816</b>

Fonte: Emdagro, 2009/2011

De acordo com Nascimento (2009) e Mota et al, (2010), desempenham importante papel no processamento do leite que transformado em queijo é exportado para outros estados nordestinos. Dentre os estados nordestinos que maior absorvem a produção de queijo de coalho estão a Paraíba e a Bahia. Nestas capitais vem crescendo o mercado de consumo do queijo assado vendido nas praias. Um alimento com forte identidade cultural sertaneja que conquista os turistas e a população urbana das capitais nordestinas.

Nossa Senhora da Glória, principal município produtor de leite da região, fica precisamente a noroeste de Sergipe. Sua área é de 757, 450Km². Segundo dados do IBGE (2016), a população do município estimada para 2015 foi de 35.726habitantes, com um crescimento relevante, já que em 2010 a sua população era de 32.497 habitantes.

De densidade demográfica de 42,96 hab./km², com 26.822 habitantes, dos quais 17.069 estão na área urbana e 9.753 na área rural (IBGE, 2010). Caracteriza-se pela forte

presença da agricultura familiar e pela pecuária do leite como sua principal atividade econômica.

Nossa Senhora da Glória está localizado na região semiárida que corresponde a 60% do 1.640.000 km<sup>2</sup> da região Nordeste que corresponde ao semiárido. Tal município destaca-se pela pecuária e pelo beneficiamento do leite em queijo. Eles produzem queijos específicos da região: o coalho, o requeijão e a manteiga. Além desses produtos tradicionais, notou-se uma evolução para outros tipos de queijo como o mussarela e o coalho pré-cozido, o que configura a capacidade dessas unidades de se adaptarem ao mercado (CERDAN et al. 2003). Porém, tal produção vem rendendo algumas polêmicas quando do reconhecimento da atividade. As maiores problemáticas estão intrinsecamente ligadas à informalidade, à questão higiênico-sanitária no processo de produção e da sua legalização.

Figura 4 – Limites territoriais do município Nossa Senhora da Glória



Fonte: IBGE (2016)

### 3.3 Desafios a Competitividade

O mercado de laticínios no Brasil é responsável por grande volume de negócios, mas como em todas as áreas requer um controle maciço sobre os produtos que circulam nos mercados internos e externos.

Segundo Teixeira (2005, p.41-42), a importância do setor lácteo para o crescimento econômico, assim como a elevada gama de problemas enfrentados pelos produtores informais, é semelhante: “falta de capital de giro, desconhecimento de novas tecnologias, falta de mão de obra qualificada, concorrência desleal, desconhecimento de normas tributárias, trabalhistas e previdenciárias”.

Concordando com a fala acima, Vasconcelos (2006) observa que existem alguns entraves na produção, comercialização e competitividade do queijo, a saber:

Falta de matéria prima (leite) de boa qualidade; carência de mão de obra qualificada; competição de produtos industrializados; dificuldades de exportação dos produtos acabados; falta de recursos para financiar novos investimentos; falta de recursos para adquirir máquinas e equipamentos modernos, que possibilitem uma melhor qualidade dos produtos.

Uma questão de importante impacto e que certamente é um obstáculo ao desenvolvimento do queijo, pois possui características e forma de produção particular, diz respeito aos complicadores logísticos e legais.

Aos queijos artesanais, decorrente de leite cru, são impostas barreiras higiênico-sanitárias que travam ou até impedem a sua produção. “Isso acontece principalmente na Irlanda, no Reino Unido, nos Estados Unidos, na Austrália, e no Brasil, que aplica a produção de queijos artesanais uma legislação criada para laticínios industriais. ” (DPI/IPHAN, 2014, p.26).

As normas federais e estaduais que regulamentam a produção de queijo no Brasil servem como instrumento prescritivo e normativo e que vem sendo alvo de grandes debates por parte da academia, entre o governo, fiscais e produtores, no que trata da produção queijeira de leite cru. Segundo Cravo *et al* (2012), tal legislação é um dos fatores principais que impactam na descontinuidade da tradição, na diminuição da comercialização e na incapacidade econômica das famílias produtoras.

Deve-se voltar à atenção e cuidado específico no tratamento dos dados que envolvem a atividade leiteira de caráter familiar. Se em detrimento das tradições postula-se a unicidade produtiva extensiva, o que resulta é uma repetitiva manobra de apagamento da história e da importância dos núcleos familiares na pecuária nordestina de extensão leiteira.

Nas palavras de Silva *et al* (2015, p. 249):

É importante reconhecer que há muito a ser feito em termos de desenvolvimento de técnicas de gestão que considere a importância das particularidades da produção familiar e as formas pelas quais ela pode ser inserida de forma competitiva e sustentada no agronegócio no Nordeste, dando ênfase às contribuições e os esforços das cooperativas como ferramenta de apoio aos agricultores familiares para uma maior integração e sobrevivência no mercado.

Corroborando com Silva *et al*, Almeida Junior (2004,) esclarece que levando em conta o ponto de vista gerencial, as indústrias de pequeno e médio porte não têm demonstrado um balanço favorável em meio às condições desse novo ambiente competitivo, “devido à adoção de práticas gerenciais atrasadas e de cunho familiar, o que as fez menos competitivas frente às grandes empresas do setor lácteo”.

Vários outros fatores impeditivos à competitividade podem ser mencionados, como assegura Bernardes (2003, p. 231-237):

Mais especificamente, no segmento da produção, as restrições apontam na direção de problemas como: a) competitividade de produção de leite utilizado, isto é, da sua rentabilidade e lucratividade; b) de sustentabilidade da atividade leiteira, do ponto de vista ambiental, econômico e social; c) de desigualdades sociais, no que diz respeito ao acesso a tecnologias apropriadas a cada sistema de produção e sua escala



econômica, à disponibilidade de assistência técnica diferenciada entre categorias de produtores e ao acesso desigual a benefícios de programas de governo, indústrias e cooperativas de laticínios, orientados, em geral, para privilegiar produtores com maior tamanho de exploração leiteira; e, por fim, d) de segurança alimentar, por causa, especialmente, da qualidade do leite produzido na maior parte dos estabelecimentos que se dedicam a essa atividade.

Em se tratando especialmente da qualidade do leite – como trata a citação acima – utilizado na produção queijeira na maior parte dos estabelecimentos de pequenos e médios produtores, “configura-se como um dos principais entraves na comercialização e, por conseguinte, a sua competitividade.” (VASCONCELOS, 2006).

O Plano de Desenvolvimento do Arranjo Produtivo da Pecuária de Leite e Derivados – Alto Sertão (APL) (2008) concorda com Bernardes quando o mesmo considera um fator impeditivo a competitividade a questão da assistência técnica diferenciada. Conforme o referido plano:

Torna-se um problema quando se tem uma quantidade reduzida de técnicos em agropecuária para atender toda a demanda dos produtores, dado que existe uma necessidade significativa de receber orientação por parte destes, fundamentalmente nas áreas de tecnologia de produção, de sistema alimentar do rebanho, de manejo, de boas práticas agropecuárias de fabricação etc. (2008, p.14).

No entanto descreve Bernardes (2003) que existe, ainda, no âmbito da cadeia agroindustrial do leite, o mercado informal, assinalado pelos fabricantes de produtos lácteos não fiscalizados, principalmente queijos, representado pelas agroindústrias artesanais. “Sua principal característica é a comercialização clandestina de leite cru ou do queijo não pasteurizado e sem controle efetivo de aparelhos do Estado, encarregados de sua fiscalização sanitária”.

Tanto para a produção queijeira, quanto para as demais áreas relacionadas ao leite e seus derivados, o olhar sobre os pequenos deve ser redimensionado, já que parte da produção é credora dos pequenos proprietários associados ou não. O associativismo/cooperativismo em particular, segundo o APL-SE (2008) faz-se necessária a reorganização de associações e

cooperativas, assim como a inclusão de ações que mobilizem os produtores de queijo no que trata dos benefícios que podem ser gerados a partir da união deles.

Dessa forma, pode-se alegar que a expansão da agroindústria de queijo e a conformação do mercado informal, a priori, dependem de um trabalho conjunto do governo, dos fabricantes, das associações de classes, de pesquisas e aplicações tecnológicas voltadas ao melhoramento genético e à produção, objetivando um melhor desempenho e, por consequência, maior competitividade.

## 4 MATERIAIS E MÉTODOS

O que a metodologia revela “são os procedimentos e regras utilizadas por determinado método. Ela expõe o caminho por onde a pesquisa deverá se nortear, de maneira a agrupar em um corpo de doutrina.” (RICHARDSON, 1999, p. 22).

Nesse sentido, é apresentado aqui o enfoque metodológico adotado, especificando o tipo de pesquisa utilizada e seu objeto de estudo, seleção do universo e amostra, o instrumento de coleta de dados, e, por fim, tratamento dos dados.

### 4.1 Tipo de Pesquisa e Objeto de Estudo

Para Richardson (1999, p. 70) existem dois métodos relevantes quando se pretende fazer uma pesquisa, são eles: método quantitativo e qualitativo. Cada pesquisa deve ser planejada e executada conforme a escolha do método. A presente pesquisa foi entendida como quantitativa e qualitativa. Quanto à abordagem quantitativa, a mesma levantou as características sob a forma de dados estatísticos. No que trata a análise qualitativa, esta investigou de forma mais profunda a natureza do fenômeno social, como menciona ainda Richardson (2012, p. 49-50):

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa que pode descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

No que diz respeito aos fins, a pesquisa intitulou-se descritiva, pois teve como objetivo expor as características de determinada população ou fenômeno. Quanto aos meios, caracterizou-se como bibliográfica, de campo e estudo de caso. O estudo de caso, por sua vez, objetivou aprofundar e detalhar algumas unidades de fabricação de queijo de coalho e, quanto à pesquisa de campo, permitiu a imersão no universo estudado, onde ocorre o fenômeno.

As fontes se constituíram a partir da pesquisa bibliográfica e dos suplementos informativos buscando relatórios oficiais de instituições públicas governamentais e da pesquisa de campo realizada através da observação e aplicação dos questionários de pesquisa.

A pesquisa caracterizou-se em três momentos distintos. O primeiro momento, observação da problemática, foram levantadas informações que eram pertinentes à implementação de estratégias de investigação do *corpus*, levando em conta os objetivos a que se propusera a pesquisa. No segundo momento, o da coleta de dados, a pesquisa foi instrumentalizada a partir das etapas de investigação de campo, colheu-se em *locus* as informações necessárias para as análises e comparações formais. O terceiro momento requisitou uma demanda de analogias e reflexões dos dados coletados de forma quantitativa e qualitativa das informações.

Este estudo foi realizado no território do Alto Sertão Sergipano que é formado pelos municípios de Nossa Senhora da Glória, Gararu, Monte Alegre de Sergipe, Porto da Folha, Poço Redondo e Canindé do São Francisco. Tal território foi escolhido por ter uma atividade em comum, de essencial importância social e econômica para a região, que é a produção de leite e seus subprodutos. Porém, o objeto de estudo ficou restrito ao município de Nossa Senhora da Glória e, em particular, às fabriquetas de queijo de coalho. Tal escolha se deu pelo fato de ser o centro produtivo e onde é encontrado o maior número de unidades artesanais de fabricação de queijo coalho do Estado.

#### 4.2 Universo e Amostra

Para a seleção da amostra no presente estudo, utilizou-se o método de amostragem não probabilística por conveniência. A escolha desse método deve-se ao fato de “que uma obtenção de uma amostra de dados que reflitam precisamente a população não seja o propósito principal da pesquisa” (MATTAR, 1998, p. 157).

De acordo com a EMDAGRO (2011, p. 17), o universo das fabriquetas no município de Nossa Senhora da Glória é composto por 26 produtores. Menezes (2015, p. 213-227), apresenta uma proposta de tipologia dos produtores pertencentes a tal universo. No grupo 1 – Pequenos produtores artesanais - é composto por: Agricultores familiares que possuem menos de 50 hectares e para os quais a produção de queijos constitui na sua renda principal;

esses atores apresentam reduzida escolaridade com o predomínio daqueles não concluíram o ensino fundamental; organizam a fabriqueta nas imediações de sua residência, produzem prioritariamente o queijo de coalho e nos últimos anos verificou-se o crescimento da produção da mussarela; a mão de obra familiar constitui a principal força de trabalho; nas fabriquetas processam volume inferior a 500 litros/dia; as dificuldades financeiras são inerentes à gestão da unidade de produção, assim como uma heterogeneidade de renda; é visível o apoio da rede familiar e de vizinhos na constituição e na manutenção dessas unidades de produção; poucos queijeiros identificam seus produtos com marcas como símbolos ou iniciais impostos com o ferro e os instrumentos de trabalho predominantes se constituem de fôrmas, espátula e mesa de madeira, tecidos finos para coar a coalhada e vasos plásticos para coalhar o leite e formas padronizadas plásticas para a enformagem da mussarela; apresentam uma infraestrutura deficitária, como número reduzido de unidades de produção com paredes azulejadas, telas de proteção e cobertura de forro, entre outros.

Ainda conforme Menezes, o grupo 2 – Os sujeitos em transição – possuem as seguintes características: Apresentam reduzida escolaridade ou são analfabetos; processam um volume superior a 1.000 litros/dia e, no período chuvoso, atingem em média 2.000 litros/dia; são pequenos comerciantes e, ou intermediários; atuam em diferentes escalas que conseguem aumentar os seus lucros; utilizam a mão de obra familiar geralmente no gerenciamento da unidade de produção; os produtores produzem derivados de leite com um valor agregado e de fácil estocagem a exemplo do requeijão, da manteiga, do pré-cozido e da mussarela; os produtores apresentam-se mais capitalizados, portanto podem estocar os produtos; as fabriquetas apresentam uma evolução no tocante à infraestrutura e aos instrumentos e equipamentos de trabalho.

E, por fim, o Grupo 3 – Dos micro e pequenos empresários queijeiros – apresentam as particularidades abaixo: São micro e pequenos empresários queijeiros; atuam nas diversas etapas da cadeia produtiva desde a produção do leite, passando pelo processamento da matéria prima; em grande parte também se responsabilizam pela comercialização dos seus derivados e de terceiros. Essas múltiplas atividades e as conexões com distintos territórios imputam a multiterritorialidade. Paralelamente, alguns produtores desse grupo, verificando o domínio dos queijos artesanais, buscam novas tecnologias tendo em vista as novas demandas do mercado, adquirindo novas técnicas de produção de novos derivados como o pré-cozido, a mussarela e o queijo parmesão, objetivando a conquista de novos mercados intra e interestaduais; conservam as relações solidárias entre seus pares, como a cooperação, os laços

de proximidade e reciprocidade, inerente à vida desse grupo social; é formado por diferentes tipos de unidade de produção: unidades sem investimento na infraestrutura básica e ao mesmo tempo unidades com mudanças no tocante ao espaço, equipamentos industrializados, formas plásticas, máquinas à vácuo para embalar os produtos etc.; tem na criação de suínos uma renda adicional e com o objetivo de expandir os seus lucros.

O cálculo amostral foi realizado levando em consideração um nível de confiança de 95% e de erro de 5%, resultando o tamanho da amostra da pesquisa de 24 fabriquetas. Para tal, utilizou-se a seguinte fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Onde: Z = nível de confiança = 95%

P = quantidade de acerto esperado (%)

Q = quantidade de erro esperado (%)

N = população total = 24

e = nível de precisão – erro (%) = 5%

As fabriquetas foram escolhidas em função do caráter de micro e pequenos produtores queijeiros como classifica Menezes (2015). A perspectiva temporal do presente estudo é transversal, haja vista que a coleta de dados transcorreu no período de 04 a 09 de janeiro de 2016.

#### 4.3 Instrumento de Coleta de Dados

Roesch (1999, p.140) diz que “as principais técnicas de coleta de dados são a entrevista, o questionário, os testes e a observação. O questionário é o instrumento mais utilizado [...] que busca mensurar alguma coisa”.

Segundo Gil (2010, p. 50), o questionário é uma técnica de investigação que se apresenta em forma de questionamentos por escrito e oralmente, daquilo que se deseja conhecer. No caso desta pesquisa, utilizou-se na maioria das vezes esta última opção.

O instrumento de coleta de dados escolhido foi o questionário. Este foi constituído de 34 perguntas estruturadas. Na primeira parte, as 06 perguntas foram referentes às condições socioeconômicas dos proprietários. Na segunda parte, formada por 03 perguntas fechadas, referiu-se aos requisitos para identificar IG sob a modalidade de IP. Na terceira parte, formada por 3 perguntas que tratam do perfil econômico e histórico e por 07 que tratam do perfil econômico atual. Na quarta parte, formada por uma pergunta sobre delimitação geográfica da fabriqueta, por 12 perguntas sobre regulamento técnico e, por 2, quanto ao quesito conselho regulador. Por último, na quinta parte, composta apenas por 1 pergunta que diz respeito às limitações e possibilidades na visão do produtor.

Quanto à entrevista esta foi estruturada e utilizou-se o questionário com quatro perguntas, 2 perguntas fechadas e 2 abertas, que tratam das limitações e possibilidades na visão do gestor público.

A pesquisa de campo concentrou-se nos povoados Aningas, Pedra Grande, Fortaleza, Pedra Branca, Mocambo, Lagoa do Rancho, Lagoa Bonita, Quixaba, Gaspar, Tanque de Pedra, Riacho do Chico, Baixa Verde, Angico, situado na zona rural de Nossa Senhora da Glória -SE, focando na produção de queijo de coalho.

Para dar início à atividade de campo fora necessário o levantamento inicial de pessoas na localidade com experiências e vivências na produção queijeira. Tal propósito se deu pelo fato que estas pudessem informar com mais propriedade a localização exata das fabriquetas existentes nos povoados. Alguns contatos telefônicos aconteceram ainda estando em Aracaju e chegou-se na pessoa de um industrial, sócio proprietário de uma indústria de laticínios situada em Nossa Senhora da Glória. Como ex proprietário de fabriqueta de queijo e agora industrial, na região foco deste trabalho, o mesmo se comprometera em realizar um encontro na própria fábrica de laticínios no intuito de fornecer informações relevantes à execução da pesquisa.

O trabalho de campo foi iniciado em 04 de janeiro de 2016, tendo seu término no dia 09.01.2016. A visita inicial foi realizada numa indústria de laticínios com a presença do industrial o qual informou a localização e o melhor caminho para se chegar aos povoados onde se concentravam as fabriquetas, bem como indicou alguns nomes de proprietários que já os conheciam. Cabe ressaltar que na fala final deste sujeito o mesmo informou que a aplicação do questionário seria inicialmente alvo de grande resistência por parte dos

proprietários das fabriquetas, o que viria depois a concretizar-se. Mediante as informações colhidas deste encontro e juntamente com o auxílio dos estudos de Sá (2006) que georeferenciou as unidades queijeiras do município foco deste trabalho, sucederam-se as visitas com o propósito da aplicação dos questionários. O primeiro povoado visitado foi o de Tanque de Pedra, onde se localizava a fabriqueta de um dos respondentes alvo desta pesquisa. Nesta visita e, logo de pronto, houve resistência por parte do proprietário, o que demandou tempo para estabelecer a confiança necessária para a validação das respostas.

Embora se tenha apresentado o objetivo do trabalho e que este estava pautado no queijo de coalho e na IG, o mesmo não se sentiu confortável para tal. Depois de longa conversa e, destacando que não se tratava de nenhum órgão fiscalizador, o entrevistado acabou respondendo ao questionário. Perguntado a este mesmo entrevistado a razão pela qual inicialmente não concordara em responder, o mesmo afirmou que tinha sido alvo de fiscalização por parte do ministério público e que quase perdera a sua fabriqueta. Este mesmo sujeito, ao final da pesquisa, acabou indicando voluntariamente outros possíveis colaboradores e suas respectivas localizações. Faz-se importante mencionar que tal resistência inicial prevaleceu na maioria das outras visitas às fabriquetas, sendo de fato considerado como fator limitante. E por fim, no dia 09.01.2016, sucederam-se as últimas visitas às fabriquetas do povoado Baixa Verde e a entrevista ao gestor Municipal de Agricultura e Recursos Hídricos de Nossa Senhora da Glória. A entrevista objetivou levantar, junto ao gestor público, as possibilidades e limitações existentes, a fim de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do município em foco.

Deste modo, mediante o uso de todos os procedimentos apresentados, buscou-se levantar dados e informações que pudessem contribuir para a identificação do potencial do queijo de coalho produzido em Nossa Senhora da Glória para o registro de IG – sob a modalidade de IP – conforme os conceitos tratados no referencial teórico.

#### 4.4 Tratamento dos Dados

Para Mattar (1999, p. 42), “[...] compreende os passos necessários para transformação dos dados brutos coletados em dados trabalhados, que permitirão a avaliação das análises e interpretações.”



Na verificação das etapas a análise quantitativa passou por um cruzamento de dados. Os dados quantitativos foram tratados sob o método estatístico descritivo de gráficos e frequência absoluta e relativa.

As análises qualitativas partiram do estudo comparativo dos conceitos e aplicações relacionadas ao tema. A junção das frentes quantitativas e qualitativas do trabalho teve, por consequência, um melhor detalhamento e avaliação da realidade encontrada em campo, partindo do estudo da arte previamente feito para dar suporte às leituras.

Salienta-se que a aplicação do questionário junto aos proprietários das fabriquetas de queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória/SE, assim como a entrevista ao gestor público, decorreu da anuência de todos os respondentes, que preencheram sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes. Zelou-se pela privacidade na obtenção das informações e o compromisso de manter os dados individuais sob sigilo, garantindo o anonimato e confidencialidade na relação pesquisador e sujeito da pesquisa.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção é descrito os passos dados pela pesquisa no enfrentamento do campo e no registro e avaliação dos dados coletados, tendo em vista o as condições de produção, a percepção e a declaração dos produtores de queijo de coalho. Expõem-se as reais conjunturas e seus principais desafios na busca pela certificação de qualidade e o desenvolvimento econômico das práticas queijeiras da região.

A pesquisa se deparou com uma realidade muito longe de uma satisfatória conjuntura de produção quejeira capaz de fomentar um selo de IG para o queijo de coalho do município de Nossa Senhora da Glória. Várias são as características que contribuem contrariamente a estrutura básica de produção, como são variados os fatores e os obstáculos que incidem contra uma estrutura organizacional capaz de requerer a IG.

### 5.1 Condições Socioeconômicas dos Proprietários

Traçar o perfil sócio econômico de uma amostragem é um passo difícil e cheio de perigos para o processo de análise. Não se pode perder o olhar investigativo, porém não se pode ocultar os dados e suas pertinências para o entendimento geral das contingências do problema. Dessa forma, algumas perguntas nos questionários vão compondo o mosaico da descrição da realidade a que o projeto se dedica.

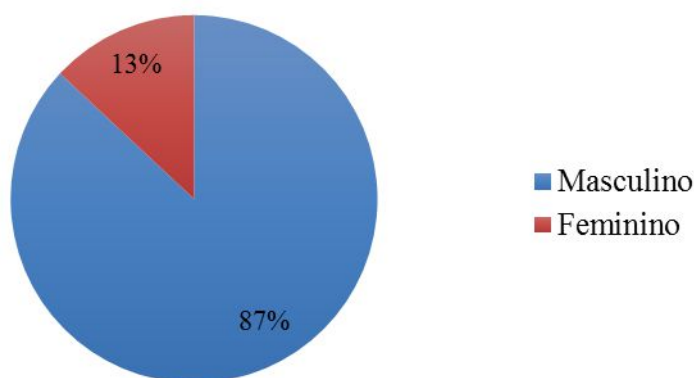
No que trata do gênero, as fabriquetas em sua maior parte são gerenciadas por homens 87 % (21), sendo reduzido o número de mulheres 13 % (3) (Figura 5). Isso se explica quando se percebe que a produção quejeira é tradicionalmente uma ação familiar, onde o homem tem sido a figura emblemática na administração do patrimônio familiar. Corroborando com este pensamento, Woortmann e Woortmann (1997, p. 37) afirmam que contrapondo a posição masculina, a mulher ocupa um lugar determinado: “a casa, núcleo simbólico da família”.

Ainda conforme Woortmann e Woortmann (1997, p. 13), “o pai sendo possuidor do saber, governa a unidade familiar e o fazer-aprender no processo de trabalho. Esse saber é

transmitido à ‘força-de-trabalho’, aos filhos que, ao trabalhar, estão se constituindo também em ‘conhecedores plenos’”.

Moura (1978, p. 23) também revela, em seus estudos, que o trabalho que contempla a cadeia produtiva é masculino, pois “cabe ao pai e seus filhos a partir da faixa de idade de oito, nove anos o trabalho na roça [...] conduzir boiada ou tropa montado em cavalo ou burro”.

Figura 5– Gênero

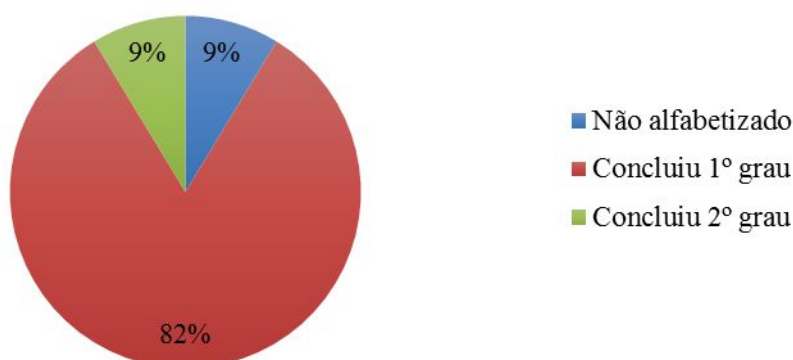


Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

Com relação a idade dos proprietários, tem em média de 40,29 anos, e quanto ao estado civil da maioria dos pesquisados é casado 83,34% (20), com o número médio de 4 filhos, quantidade inferior a estrutura familiar de algumas décadas passadas, onde o número de filhos passava de seis.

Em relação a escolaridade os dados reforçam ainda a imagem de uma atividade arraigada na imagem tradicionalista do campo. 91% dos pesquisados possuem baixo grau de escolaridade, ou seja, os não alfabetizados e que apenas concluíram o 1º grau, embora não desqualifique os indivíduos, mostra a fragilidade ou a necessidade de ações quem desenvolvam não só uma atividade produtora, mas que agregue conhecimentos e saberes indispensáveis a implementação de projetos de fortalecimentos econômicos, como verificado na figura 6.

Figura 6 – Escolaridade



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

Resultados semelhantes foram encontrados por Nogueira Filho et al. (2006). Em pesquisa realizada no Nordeste por estes autores, 55,8% dos produtores apresentavam baixo nível de escolaridade – sem instrução, apenas alfabetizados e 1º. Grau. Tais autores levaram em conta que esses resultados configuram um entrave potencial à implementação de programas de capacitação, de assistência técnica e gerencial voltados aos produtores de leite da região, aspecto indispensável à melhoria da competitividade do sistema agroindustrial do leite regional.

O baixo nível de escolaridade dos pesquisados pode ser relevante no momento de planejar uma intervenção nos sistemas produtivos da região, bem como a implementação de inovações tecnológicas, frutos da concepção de uma IG.

Os dados de pesquisa mostram, também, que por parte dos produtores 100% (24) as terras onde acontecem a atividade queijeira são propriedades próprias - cujo tamanho da propriedade varia entre 115.976 m<sup>2</sup> a 183 m<sup>2</sup> tarefas – potencializando assim maiores chances de investimentos de recursos.

## 5.2 Unidade Produtiva

Nesse quesito serão tratadas as questões que dizem respeito aos aspectos econômicos das fabriquetas pesquisadas, em particular a faixa de participação do queijo de coalho na

renda familiar e da propriedade, a produção, sua receita e despesas mensais, o destino interno e externo da produção queijeira.

Quanto a faixa de participação do queijo de coalho na renda familiar e da propriedade, 100%( 24) afirmaram vivem da venda do queijo, portanto, a participação deste é relevante na renda familiar, corroborando com Bressan (2002) quando fala que no Nordeste, a prática leiteira tem configurado através dos tempos uma dos principais alicerces de apoio socioeconômico das unidades de produção familiar do semiárido nordestino, sendo comprovada uma alta competitividade do mercado de leite e derivados originários dessa região.

A produção rural de queijos participa relevantemente na economia, muitas vezes informal, dos estados do Nordeste, sendo de importância significativa na formação de renda dos produtores de leite, sobretudo, daqueles que não têm acesso às usinas de beneficiamento (SEBRAE, 2005).

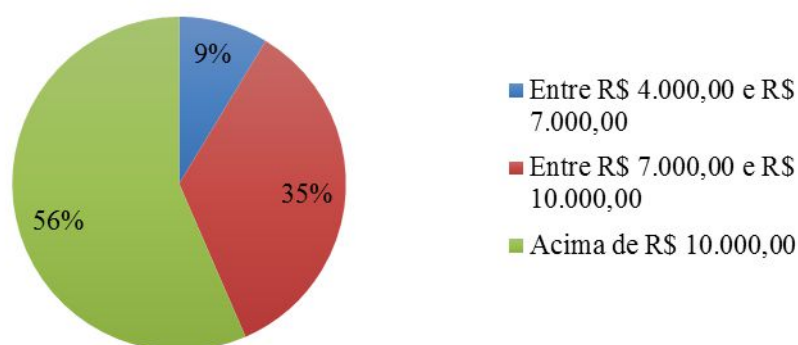
A média de leite processado pelas fabriquetas (9.200 litros/dia) atendem as estimativas e expectativa da pesquisa que se basearam no trabalho de Menezes (2015). Tal autora assevera que as fabriquetas pertencentes ao grupo dos micro e pequenos empresários queijeiros chegaram a utilizar cerca de 8.000 a 10.000 litros/dia no inverno.<sup>7</sup>

No que trata da faixa que se encaixa a receita mensal da produção do queijo coalho 9% das fabriquetas está entre R\$ 4.000,00 e R\$ 7.000,00, 35% encontra-se na faixa entre R\$ 7.000,00 e R\$ 10.000,00 e 56% com uma expressiva quantidade acima de R\$ 10.000,00, visualizado na figura 7.

---

<sup>7</sup>Os valores podem estar superestimados mediante o depoimento dos pesquisados. A produção de leite em Nossa Senhora da Glória foi de 51 milhões de litros em 2015(IBGE), supondo que a produção fosse destinada as queijarias objeto do estudo, o processamento diário de leite seria de 5.000l/dia.

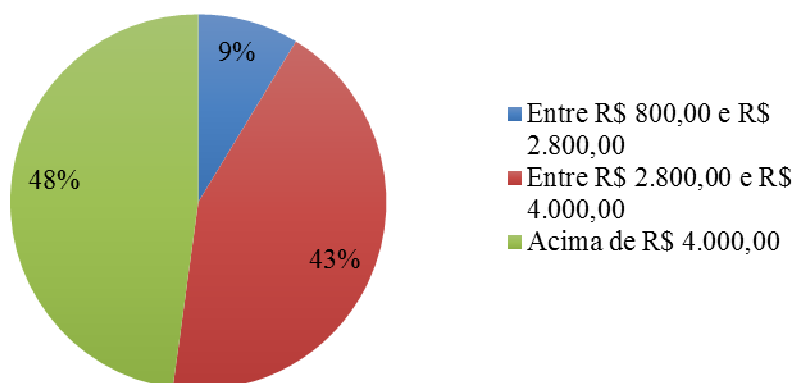
Figura 7 – Receita mensal da produção do queijo



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

A faixa em que se encaixa a despesa mensal da produção do queijo coalho, 9% das fabriquetas se encaixa entre R\$ 800,00 e R\$ 2.800,00, 43% na faixa entre R\$ 2.800,00 e R\$ 4.000,00, e 48% acima de R\$ 4.000,00. De forma analítica pode-se perceber através da figura 8 uma faixa equilibrada de renda e gastos.

Figura 8 – Despesa mensal da produção do queijo de coalho



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

Segundo os dados levantados sobre o destino e quantidade do queijo coalho produzidos pela fabriqueta no mercado interno e externo, 70% das fabriquetas destinam sua

produção para os receptores - intermediários - 20 % para as lanchonetes e 10% para as feiras livres, como se evidencia na figura 9.

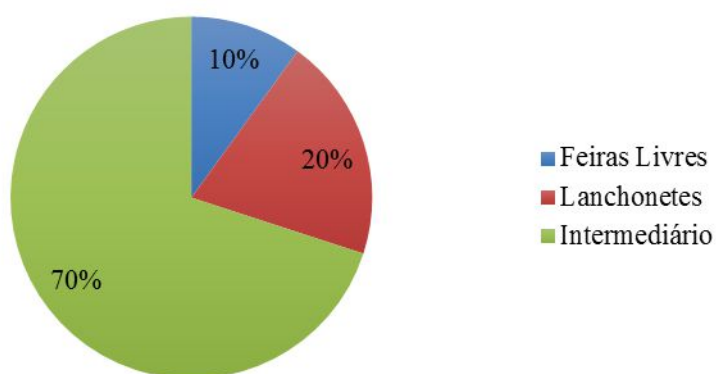
De um modo geral os queijos chegam à mesa dos consumidores, na maioria das vezes, através dos comerciantes informais de queijos. Assim, o intermediário, no caso, é o sujeito que compra e vende queijos para os locais onde há uma demanda pelo produto. É o acontece com o queijo de coalho produzido nas fabriquetas pesquisadas pelo estudo.

Oliveira (2013) afirma que os intermediários são, na sua grande maioria, clandestinos, pois não desfruta de instrumentos legais (sejam sanitários ou tributários) para desenvolver a atividade.

Contudo, muito embora haja casos de fornecedores insatisfeitos com a figura dos intermediários, estes fazem parte de um sistema, no qual a interferência do Estado não dá conta das urgências que se instalam nas regiões.

Oliveira (2013) os identifica como colaboradores, sem os quais os produtores de menor escala não sobreviveriam. “Certos intermediários vão aonde ninguém vai, chegando aos rincões mais longínquos, em que são a única possibilidade de comercialização de queijo. São eles que correm os riscos da fiscalização, podendo sofrer as sanções legais pela atividade”.

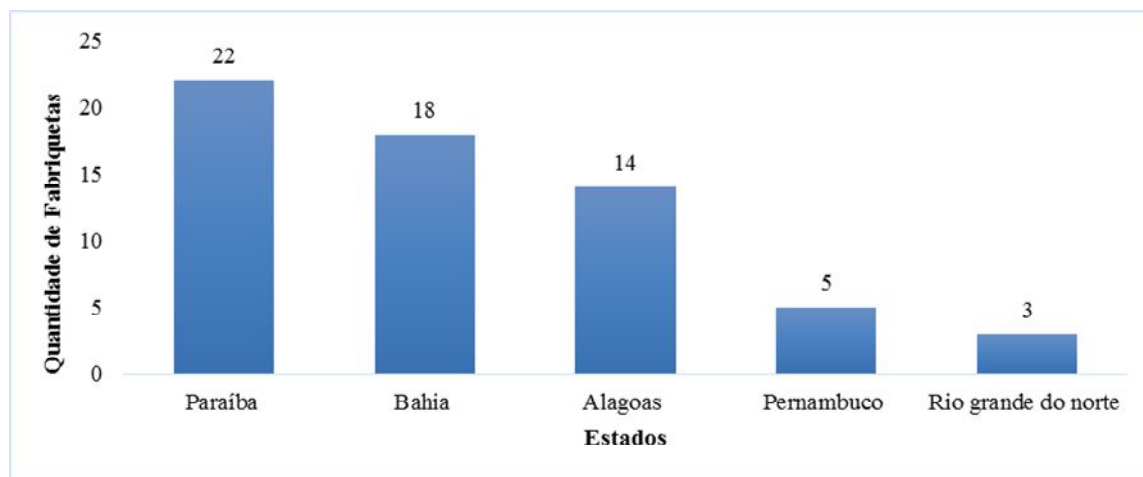
Figura 9 – Destino do queijo de coalho no mercado interno



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

No que diz respeito ao destino do queijo coalho no mercado externo, os dados mostram que 22 fabriquetas destinam ao Estado da Paraíba, 18 para Bahia, 14 para Alagoas, 5 para Pernambuco e 3 para o Rio Grande do Norte, como consta na figura 10. Levando em consideração que a mesma fabriqueta produz para mais de um estado.

Figura 10 – Destino do queijo de coalho no mercado externo



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016). Obs.: mesma fabriqueta produz para mais de um estado.

Estes resultados dimensionam os lucros da atividade e sua importância imediata no impacto econômico local e estadual.

### 5.3 Requisitos para identificar IG por IP

A IG para produtos sob a modalidade IP apresentam, em termos de seu significado, características e requisitos necessários para o seu reconhecimento.

Quanto a Extração, determina-se que o local deve ser conhecido como centro de extração, mas nada dispõe até que ponto todo o produto extraído deve vir do local delimitado. No que trata da Matéria prima, basta que o produto seja elaborado na região, já que a lei silencia quanto à exigência de origem ou proveniência da matéria-prima. No quesito Elaboração / Beneficiamento, local se tornou conhecido por produzir ou fabricar um determinado produto, é neste mesmo local que deve ocorrer a fabricação. Entretanto, não há



uma restrição expressa que obrigue a isso, ou seja, a produção poderia ocorrer fora da região delimitada (BRUCH et al. 2014).

### 5.3.1 Perfil histórico e cultural

Neste tópico será tratada a questão do levantamento histórico cultural, este que representa uma fase fundamental na requisição de uma IG. Ela intenta buscar informações e elementos que legitimam a notoriedade da região. Além de comprovar tal legitimidade, esse levantamento vai ajudar nas outras fases do processo, como a delimitação geográfica da área de produção, a origem da matéria-prima, a definição do processo de produção, etc.

Os dados apurados mostram quanto à produção de queijo coalho é sim uma atividade cultural de grande caracterização da região. Por meio da imersão *in loco*, observou-se a existência de uma relação intrínseca entre os produtores, entre o queijo produzido e o seu território de origem, através das características tradicionais que envolvem sua produção. Os proprietários 95,84% (23) mostraram que o conhecimento do saber-fazer (a tradição) do queijo coalho foi transmitido por seus pais, de geração a geração e apenas 4,16% (1) se referiu que o aprendizado foi através de curso técnico. Cerdan et al. (2003), que diz: “a emergência das pequenas unidades de fabricação apoia-se na existência de um “saber fazer local”, para o beneficiamento do leite em queijo.

Corroborando com Cerdan, Bruch (2008) menciona que produtos contemplados por uma IG, “por absorverem peculiaridades, estas referentes a fatores naturais (como solo, clima ou relevo) e/ou a fatores humanos (como saber-fazer, tradição ou cultura de determinada comunidade), tornam-se produtos diferenciados, únicos”.

Na análise de Meneses (2006, p. 9) “os fatores socioculturais que propiciaram um saber fazer próprio à elaboração do coalho, manipulação do leite, das massas, prensagem, cura e a esse modo de fazer acrescentam-se formas de viver, significados atribuídos, sentidos e simbologias aderidas”.

Nessa perspectiva a IG enquanto instrumento de propriedade intelectual pode salvaguardar um saber singular em relação às mudanças decorrentes de um universo que lhe é exterior. Hinrichs (2000) diz que esse salvaguardar não se trata de um “localismo defensivo”

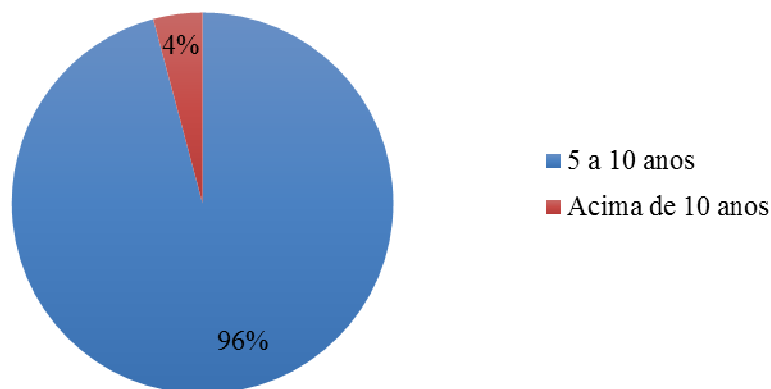
que protege uma homogeneidade local idealizada face às transformações em curso na sociedade englobante.

No que trata sobre se os antepassados produziam o queijo coalho e sobreviviam dele em sua maioria 95,84% (23) os entrevistados revelaram que sim e em uma pequena parte 4,16% (1) dos proprietários das fabriquetas foi verificado que o interesse em produzir o queijo coalho se deu pelo casamento tradição e rentabilidade financeira da atividade.

Em se tratando da importância dos antepassados na produção de queijo, Giddens (1997, p. 83) reforça o entendimento de que “às pessoas mais idosas o papel de guardiões das tradições, pois, ao longo de suas vidas, elas acumularam experiências que são compartilhadas com as demais gerações, com o dever da transmissão para os mais jovens”.

Quanto ao tempo que os produtores trabalham com o queijo de coalho, em média é superior a oito anos, demonstrado na figura 11.

Figura 11– Tempo que trabalha com o queijo



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

Dias (2006, p. 86) acredita que o trabalho de beneficiamento do leite trata-se de uma atividade tradicionalmente ligada à cultura do trabalho do meio rural, que vem sendo reproduzida no Brasil “desde os anos 1800 até os dias de hoje, destacando-se como alternativa de ocupação de mão-de-obra e de remuneração para o trabalho familiar de pequenos agricultores e médios proprietários de terra”.

Observa-se que o tempo que se trabalha com um produto é um elemento importante na identificação de uma reputação antiga, o que impacta consideravelmente na aquisição de uma IG.

Embora o quesito da reputação antiga (notoriedade) de um produto seja necessário para a obtenção da certificação, no Brasil, a legislação brasileira não define um tempo que um produto deve ser notório para que tenha uma Indicação de Procedência (IP), pois este, através de ações de marketing, por exemplo, pode produzir uma notoriedade em um pequeno espaço de tempo e ser aceito como uma IG. No entanto, tal produto não revela uma forte ligação cultural com a sua região posto que não tenha uma história, entretanto quanto maior a anterioridade da notoriedade maior será a chance de ser reconhecida a IP (BRUCH et al. 2014).

Portanto, mediante os dados levantados na pesquisa, pode ser um elemento facilitador para os produtores de queijos de coalho submeterem ao processo de registro de uma IG.

### 5.3.2 Nível organizacional dos produtores

Neste tópico é abordado a maneira pela qual os produtores se organizam coletivamente. Os interesses e potenciais de determinado local são, indubitavelmente, mais rapidamente desenvolvidos e alcançados, quando se trabalha coletivamente, objetivando por melhores condições de produção e de vida, em sistema de cooperação.

Foi verificado que as fabriquetas se enquadram, do ponto de vista organizacional, como sendo de caráter majoritariamente individual 95,84% (23). As fabriquetas em sua maioria 95,84% (23) não fazem parte de alguma entidade representativa (associações, cooperativa, consórcio, instituto, sindicato. 4,16% (1) confirmaram fazer parte de uma associação, embora não efetiva ou implicada na produção corporativa do queijo da região, como mostra a figura 12.

Como se vê ainda é frágil o conhecimento e as práticas associativas indispensáveis a requisição do IP. A princípio, isso seria o entrave legal à solicitação de uma IG, seguindo-se dos outros entraves citados. Cabe salientar que ao se tratar de IG se deve ter em mente sempre a sua característica de propriedade coletiva. Logo, para se buscar formalmente o

reconhecimento é necessária a existência de uma entidade representativa da coletividade. Compartilhando dessa mesma ideia Giesbrecht (2011, p. 51) diz que: “Uma das questões mais importantes da construção de um processo de Indicação geográfica é a representatividade da coletividade produtora na solicitação da chancela da Indicação Geográfica”.

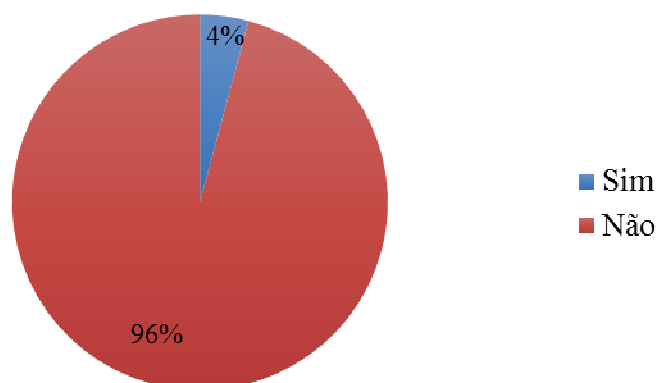
Geralmente os produtores que se organizam em Entidades Representativas já possuem interesses em comum, o que facilita o processo de reconhecimento da IG. De qualquer maneira, é interessante que alguns pontos sejam alinhados, tais como a identificação e escolha dos valores e objetivos compartilhados, e a mobilização e reunião dos atores (VELLOSO et al., 2009).

A Associação de Produtores é um dos componentes relevantes no reconhecimento das IGs, pois ela será a titular do direito de propriedade, um direito com validade vitalícia desde que não haja mau uso.

A organização dos produtores em associações, cooperativas, consórcios, sindicatos e outros, possibilita a permanência do sistema familiar em algumas regiões. A capacidade de organizar-se em associações oportuniza ao grupo de empresas resguardarem interesses comuns, o que concede o fortalecimento do setor. “ O grande número de unidades de produção rural diverge em termos de tamanho, capital e tecnologia, o que torna as prioridades individuais diferentes e dificulta a organização em associações (GUILHOTO et al., 2006).

Apesar desse dado expressivo a pesquisa levantou que 58,33% (14) dos pesquisados mostrou interesse em fazer parte de alguma entidade representativa que possa representar coletivamente os interesses dos produtores de queijo coalho, em detrimento aos 41,66% (10) que não tem interesse.

Figura 12 – Entidade representativa



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

### 5.3.3 Delimitação geográfica da fabriqueta

Neste item discute-se sobre os elementos que comprovem estar os produtores estabelecidos na área geográfica demarcada para uma IG, no qual se realiza a produção e/ou transformação do produto.

Os resultados demonstram que 100% (24) das fabriquetas se localizam geograficamente na zona rural, fato este importante para determinar a base territorial para obter o direito de usar uma IG. A extensão da área de abrangência deve delimitar, com a máxima precisão possível, o território onde se produz o produto original (INPI & SEBRAE, 2011).

Procuram-se meios de se reestabelecer os vínculos da produção com o próprio território de origem (“reterritorialização”), através da construção de práticas e estratégias que garantam a qualidade e singularidade do bem ou produto e permitam, ainda, que estes sejam passíveis de reconhecimento em diversos âmbitos de consumo (FROEHLICH, 2013).

Fica claro que a delimitação da área pesquisada se configura um elemento primordial para solicitar o pedido do registro de IG. Os produtores devem estar estabelecidos na região delimitada, habilitados ao uso da indicação, cada pedido de registro deverá estar relacionado a

apenas um nome geográfico, e os requerentes devem estar organizados de tal forma que possam ser representados coletivamente pelos substitutos processuais (COLLODA, 2015).

A IG certamente um elemento de valorização pois, na medida em que reconhece um território dentro do qual uma comunidade humana construiu um saber coletivo particular, fundado em um sistema de interações entre o meio físico e os fatores socioculturais. “ Um sistema de interações que, ao longo de gerações, define um itinerário sócio técnico particular que pode atribuir ao produto uma tipicidade e uma reputação” (BÉRARD E MARCHENAY, 2007).

A valorização de produtos alicerçada no conceito de IG tem propiciado ao produtor familiar e o espaço onde ele está inserido, importantes ações de desenvolvimento territorial. Segundo Tibério e Cristóvão (2001) esta tem sido uma alternativa de desenvolvimento voltada para o meio rural, principalmente em regiões menos favorecidas, onde exista algum recurso/produto que apresente competitividade.

Muita embora de atestada importância no processo de identificação de uma IG, Casabianca et al. (2005), acredita que “ limitar-se a este determinado critério é a expressão de uma visão tecnicista, positivista e reducionista do *terroir* que está atrelada a um imperativo de comensurabilidade”. Corroborando com esta visão, Letablier e Delfosse (1995, p. 101) mencionam que muitas vezes “a delimitação resulta mais de uma lógica econômica associada à presença de empresas, do que de uma definição científica”.

Cabe ressaltar que para uma IP, a área é delimitada em decorrência de inúmeros critérios, como os saberes locais, relevância econômica e histórica do produto. Em princípio a modalidade de IP é menos exigente no que diz respeito aos estudos para a demonstração da ligação do produto com a origem.

#### 5.3.4 Condições de infraestrutura, regulamento de uso e conselho regulador

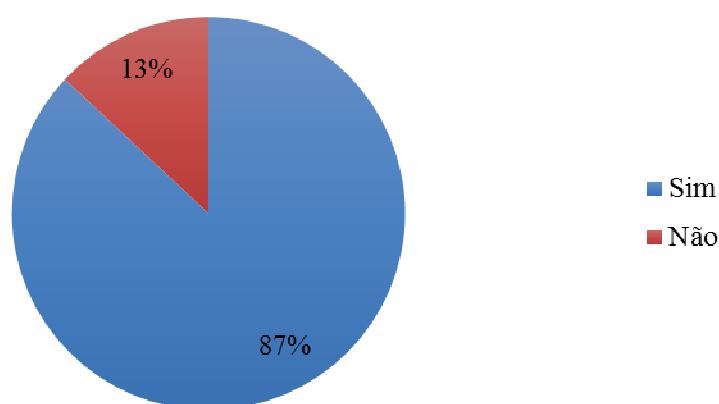
Neste item discute-se sobre os aspectos das condições de infraestrutura das fabriquetas pesquisadas, o regulamento de Uso e o Conselho Regulador. O Regulamento de Uso visa estabelecer normas e padrões que devem ser adotadas no processo produtivo dos produtos e que são negociadas entre os produtores conforme a IG torna-se oficialmente

reconhecida. Se faz necessário que as fabriquetas de Nossa Senhora da Glória estejam em conformidade com as normas regulamentadas e os padrões sanitários.

A IG utiliza um instrumento intitulado Regulamento de Uso. O documento é produzido pela Associação em parceria com os produtores (ou caso seja apenas um produtor, por este), com o intuito de atender as características de qualidade esperada do produto. Nele é registrado o nome do produto, sua descrição, a região geográfica, a prova da origem, o sistema de controle e as exigências para obter o selo. Sua criação é um gerador de um grande embate, uma vez que ele possibilita, além da integração, a exclusão dos membros que não seguirem o que for estabelecido (SILVA, CERDAN e VELLOSO, 2008).

Em sua maioria a desinformação é um grande entrave ao desenvolvimento desse setor agrícola de produção de alimentos. Perguntado aos proprietários das fabriquetas sobre o conhecimento das normas e padrões sanitários estabelecidos pelo setor e das Boas Práticas de Fabricação (BPF'S) em unidades de produção de queijo, 83,33% (20) responderam que desconhecem, e 16,67% (4) responderam que sim. Quanto à estrutura da fabriqueta se está em conformidade com as normas e padrões sanitários, 87 % (21) dos pesquisados responderam que não, e, portanto, não está registrada nos órgãos responsáveis em nível estadual (SIE - Serviço de Inspeção Estadual), de competência municipal (SIM - Serviço de Inspeção Municipal) e federal (SIF - Serviço de Inspeção Federal), e 13 % (3) respondeu que sim. (Figura 13).

Figura 13 – Conformidade com as normas e padrões sanitários



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

Fandos e Flavian (2006) levantam a ideia de que a “ IG aponta qualidade e interfere na avaliação dos atributos intrínsecos em função da associação do conceito com a adoção de um controle de qualidade mais rigoroso no processo produtivo, transmitindo uma imagem de produto tradicional e único”.

Ainda se referindo a qualidade excelente do produto, é necessário haver um controle inicial da matéria-prima, do próprio processo de produção até o armazenamento. Em todas as etapas, deve-se monitorar os possíveis focos de contaminação.

Na visão de Prezotto (2002, apud Lagrange, 1995), “é preciso dá ênfase à qualidade sanitária, à qualidade nutricional em função das necessidades fisiológicas, organolépticas, que proporcionam prazer ao consumidor e à qualidade fundamentada em respeitar as normas”. Esse autor acredita que se os aspectos técnicos da qualidade forem atendidos, não haverá comprometimento em relação à saúde dos consumidores.

Ainda na visão de Prezotto (2002) “ para que haja a qualidade do leite, é necessária a higiene, a saúde dos animais, o cuidado com a ordenha, a não utilização de antibióticos e vermífugos nos animais que são relevantes para certificar uma matéria prima de boa qualidade”.

Algumas ferramentas de gestão da qualidade foram criadas com o intuito de atender às exigências dos órgãos de inspeção, dentre elas destaca-se as Boas Práticas de Fabricação (BPF) e a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), indicadas pelos órgãos de fiscalização. As BPF são normas utilizadas objetivando o alcance de um determinado padrão de identidade e qualidade de um produto. Essencialmente são práticas higiênicas (pessoal, higiene e sanificação de utensílios, equipamentos, edificações, controle de pragas e roedores, recebimento e estocagem de matéria-prima e produtos acabados, abastecimento de água, correspondendo à exclusão/remoção de microrganismos indesejáveis e materiais estranhos) relevantes para garantir a qualidade sanitária dos alimentos cuja efetividade deve ser averiguada pelas inspeções (BRASIL, 2002).

Quanto a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) esta vem sendo aplicada na produção de alimentos em diversos países, inclusive no Brasil, e tem se tornado instrumento base da regulamentação da vigilância sanitária de alimentos (BRASIL, 2002). A produção de queijo a partir de leite cru e os critérios que devem cumprir o produtor de leite sem pasteurizar, com as especificações, manuseio, identificação e embalagem.



Apesar da necessidade de cumprir o manual de “boas práticas de fabricação” legalmente estabelecido para evitar contaminações, conforme a pesquisa de Abreu (2015) com 29 produtores de queijo do Serro, na percepção de inúmeros destes, tal cumprimento representa não somente uma modificação no saber fazer, mas, sobretudo, na identidade do produto.

Diante disso, Giddens (1997, p. 73) afirma que:

A modernidade sempre se colocou em oposição à tradição. Durante a sua história, a modernidade reconstruía a tradição enquanto a dissolvia”. Reconstruir a tradição pode se considerar o fundamento da modernidade, porém a tradição não pode ser considerada o passado da modernidade, mas envolve continuidades e descontinuidades.

No que tange a estrutura física atual das fabriquetas, 92 % (22) dos proprietários consideram regular e apenas 8 % (2) mencionaram que consideram boa. Há entre eles uma consciência da necessidade em investimentos na logística de produção, já que no questionário aplicado majoritariamente consideraram como regular, verificado na figura 14.

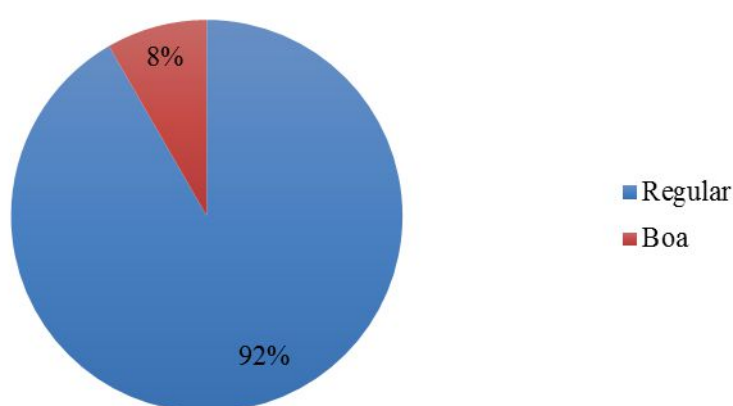
Para poder usar o selo de IG, a caracterização do produto e a garantia da sua qualidade, perpassa no cumprimento de todas as legislações vigentes – normas, padrões sanitários, boas práticas de fabricação- que deverão ser estabelecidas pelos produtores e que irão compor o Regulamento de Uso, documento obrigatório no registro de IG.

Dessa maneira, “as normas que entram no regulamento de uso dizem respeito às etapas e elementos que garantem as características específicas do produto final” e não aquelas regras mínimas já dispostas no quadro normativo cogente (CERDAN; APARECIDO; VELLOSO; VITROLLES, 2010, p. 164).

Salienta-se aqui por mais desejável que seja a garantia de um “alto padrão de qualidade” para os produtos de IG, é salutar levar em consideração que a regulamentação não necessariamente venha a inviabilizar a iniciativa ou, o que é presente, não se transforme em um instrumento de exclusão (THIEDIG E SYLVANDER, 2000). Sob esse olhar, alguns autores têm afirmado a necessidade de reflexionar a evolução dinâmica das normas e padrões,

compreendendo que a formação de uma IG engloba um processo de aprendizado coletivo em que é possível elevar gradativamente o nível de exigências (DIAS, 2008; WILKINSON, 2008).

Figura 14 – Estrutura física da fabriqueta



Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

A falta de uma padronização técnica vai além da caracterização artesanal de produção, mas de responder aos requisitos mínimos do processo produtivo do queijo de coalho. Segundo o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de queijo coalho da Instrução normativa nº 30, de 26 de junho de 2001 estabelece os seguintes critérios: 1) Consistência: semidura, elástica; 2) Textura: compacta, macia; 3) Cor: branco amarelado uniforme; 4) Sabor: brando, ligeiramente ácido, podendo ser salgado; 5) Odor: ligeiramente ácido, lembrando massa coagulada; 6) Crosta: fina, sem trinca, não sendo usual a formação de casca bem definida; 7) Olhaduras: algumas olhaduras pequenas ou sem olhaduras; 8) Formato e peso: Variáveis; 9) Requisitos físico-químicos: gordura nos sólidos totais (GST) entre 35% e 60%; 10) Coagulação em torno de 40 minutos, corte e mexedura da massa, remoção parcial do soro, aquecimento da massa com água quente ou vapor indireto até obtenção de massa semicozida (até 45°C) ou cozida (entre 45° e 55°C), adição de sal (cloreto de sódio) à massa, se for o caso, prensagem, secagem, embalagem e estocagem em temperatura média de 10 - 12°C

normalmente até 10 (dez) dias. Esse queijo poderá ser também elaborado a partir de massa crua (sem aquecimento); 11) Acondicionamento: Embalagem bromatologicamente apta, com ou sem vácuo; 12) Condição de conservação e comercialização: O queijo de coalho deverá manter-se a uma temperatura não superior a 12° C. 13) Condição de higiene: o leite a ser utilizado deverá ser higienizado por meios mecânicos adequados e submetido à pasteurização ou tratamento térmico equivalente. Esta propriedade negativa se estabelece em vários momentos da produção e são perceptíveis pelos seus gestores. Na pesquisa encontram-se vários exemplos destas dificuldades a serem superadas.

Dos derivados lácteos, o queijo, segundo Rezende, Wilkinson e Rezende (2005), ainda tem um caráter acentuadamente manual. É um produto que demanda menos tecnologia e mais habilidade dos “mestres queijeiros”. Nos países europeus, a sua produção é baseada no *feeling* dos queijeiros, que lhe conferem charme e valor.

Os proprietários 100% (24) declararam que embora o pouco maquinário conseguido para a padronização da produção dos queijos já tenham sido um forte avanço em suas atividades, existe uniformização - asseguradas pela tradição e pelos conhecimentos técnicos básicos adquiridos de configuração informal - do queijo coalho produzido pela fabriqueta, atendendo a uma base comum entre eles de tamanho do queijo, formato, peso, casca, odor, sabor, gosto e massa, porém, muito embora rudimentares e sem base científica ou normativa o controle destes.

As especificidades recaíram apenas na questão dos rótulos, embalagem e logomarca do queijo coalho produzido nas fabriquetas pois, segundo as respostas, 100% (24) delas possuem embalagem e apenas 8,34% (2) dos entrevistados afirmaram a utilização da embalagem com rótulos.

Mediante os dados levantados no quesito se as fabriquetas passam por alguma inspeção técnica oficial, 100% (24) responderam que não. Um dado relevante na pesquisa diz respeito ao monitoramento do queijo através de análises periódicas de laboratórios, de amostras colhidas por técnico. Neste item, os 100% (24) dos proprietários mencionaram que não submetem regularmente a nenhum instrumento de análise do queijo produzido, nem por órgão oficial do governo, nem tampouco de modo particular.

No desempenho de suas atividades o Conselho Regulador tem algumas funções essenciais que devem estar presentes seja qual for o produto tratado, até mesmo para garantir

e legitimizar a lisura do processo, entre elas a prestação de orientação, zelo e aplicação de penalidades. (GIESBRECHT, 2011b, p. 49-50).

O leite que a fabriqueta 100% (24) utiliza para a transformação do queijo coalho é proveniente do próprio estado de Sergipe, restritamente dos municípios do Alto Sertão Sergipano circunvizinhos da cidade de Nossa Senhora da Glória. Sendo eles: Poço Verde, Poço Redondo, Gararu e Porto da Folha, porém, não há um controle sobre as condições do gado. Conforme os dados coletados, os proprietários das fabriquetas 100% (24) não têm conhecimento sobre a sanidade do gado leiteiro, se é atestada por médico veterinário e se atende às recomendações técnicas contidas em Normas e Regulamentos sanitários em vigor.

Sabe-se, contudo, que o estado de Sergipe vem há vinte anos sem o registro de ocorrência de aftosa, uma das doenças do gado leiteiro mais temida por seu grau de contágio humano. Resultado de uma eficaz ação anual por parte dos órgãos competentes, entre eles a EMDAGRO.

### 5.3.5 Conhecimento de IG

Neste tema aborda-se a percepção dos produtores acerca da IG, bem como o interesse de fazer parte do processo de reconhecimento e registro de uma IG e se gostaria de fazer parte de alguma entidade representativa de coletividade que fosse responsável pela promoção e andamento das ações implementadas por ela.

Quanto ao conhecimento sobre IGs, 100% (24) dos proprietários nunca ouviram falar sobre a IG e sobre sua importância como prática de desenvolvimento, qualidade, comercialização e diferenciação do produto. Isto ocorre em boa parte porque falta a visão dos setores públicos para a difusão de ideias relacionadas ao tema e da organização do próprio setor em forma de associação ou cooperativa. Muito embora haja total desconhecimento por parte dos proprietários, os mesmos 100% responderam que tem interesse de fazer parte do processo de reconhecimento e registro de IG, assim como de fazer parte de alguma entidade representativa que fosse responsável pela promoção e andamento das ações para uma eventual implementação de IG.

Diversos são os fatores que contribuem para a falta de conhecimento e ausência de indicações geográficas no Brasil. Segundo Nascimento et al (2012) isso se deve pelo desconhecimento da população, inexistência ou insuficiência de aparato legal, falta de infraestrutura institucional voltada para o reconhecimento e registro, inexistência de políticas de suporte ao reconhecimento e manutenção, e a baixa propensão a consumir tais produtos por causa de seus preços diferenciados.

No Brasil, embora a IG seja valorizada pelos consumidores de maior renda, é ainda desconhecida pelos produtores, comerciantes e pela maioria dos consumidores, logo, necessitando de disseminação de seus preceitos básicos e das vantagens agregadas aos produtos. Essa carência de informação no meio rural foi claramente evidenciada nos produtores de queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória.

#### 5.4 Limitações e Possibilidades

A discussão que segue neste item trata das limitações e possibilidade elencadas pelos proprietários das fabriquetas pesquisadas. Dizem respeito as dificuldades internas e externas que impossibilitam o desenvolvimento do seu negócio.

Para o conjunto de dados da tabela 8, sobre as cinco maiores limitações ou dificuldades internas para o desenvolvimento do seu negócio, os proprietários 100% (24) elencaram o baixo conhecimento de legislação alimentar vigente 10 (41,66%); falta/deficiência no controle de estoques insumos, matéria prima e produtos 22 (91,67%); falta de capacitação/treinamento contínuo da fabriqueta e de sua mão de obra 24 (100%); falta de atendimento as normas e padrões sanitários estabelecidos 19 (79,16%); e baixa divulgação do produto, ausência de uma marca registrada, falta de material de divulgação e falta de uma estratégia de vendas 16 (66,67%).

Tabela 8– Limitações/dificuldades encontradas pelo produtor- condições internas

<b>LIMITAÇÕES/DIFICULDADES</b> <b>CONDIÇÕES INTERNAS</b>		
	<b>FA</b>	<b>FR</b>
Baixo conhecimento de legislação alimentar vigente	10	41,66%
Falta/deficiência no controle de estoques insumos, matéria prima e produtos	22	91,67%
Falta de capacitação/treinamento contínuo da fabriqueta e de sua mão de obra	24	100%
Falta de atendimento as normas e padrões sanitários estabelecidos	19	79,16%
Baixa divulgação do produto, ausência de uma marca registrada, falta de material de divulgação e falta de uma estratégia de vendas	16	66,67%

Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

No montante de dados da tabela 9, sobre as cinco maiores limitações ou dificuldades externas para o desenvolvimento do seu negócio, os proprietários 100% (24) elencaram a dificuldade para financiamento de investimento e capital de giro, falta de incentivos fiscais e falta de financiamento a baixo custo 24 (100%); predominância de mercado clandestino 24(100%); Falta de organização coletiva (associações, cooperativas, consórcios, sindicatos, institutos) 11(45,83%); descaso do poder público (governo federal, estadual e municipal), estradas com baixa conservação, falta de segurança nas estradas, provocando assaltos aos empresários, deficiência/ausência de água tratada, energia elétrica disponível com limitações de carga 19 (79,16%) e, por fim, carga fiscal elevada em relação aos estados vizinhos 21 (87,5%).

Tabela 9 – Limitações/dificuldades encontradas pelo produtor- condições externas

LIMITAÇÕES/DIFICULDADES CONDIÇÕES EXTERNAS		
	FA	FR
Dificuldade para financiamento de investimento e capital de giro, falta de incentivos fiscais e falta de financiamento a baixo custo.	24	100%
Predominância de mercado clandestino.	24	100%
Falta de organização coletiva (associações, cooperativas, consórcios, sindicatos, institutos).	11	45,83%
Descaso do poder público (governo federal, estadual e municipal) - Estradas com baixa conservação, falta de segurança nas estradas, provocando assaltos aos empresários, deficiência/ausência de água tratada, energia elétrica disponível com limitações de carga	19	79,16%
Carga fiscal elevada em relação aos estados vizinhos.	21	87,5%

Fonte: Elaborado pela autora, pesquisa de campo (2016).

Para que os sistemas produtivos sejam capazes de fomentar progressivos rendimentos, é preciso que se construa um sistema de informação sobre as demandas de mercado, os preços dos produtos e dos insumos, custos de produção e comercialização, linhas de crédito para capital de giro e investimento, assim como apoiar a adequação do produto para um padrão mínimo de higiene, sua comercialização, infraestrutura de armazenamento e logística de distribuição direta e reversa (CRUZ, 2015).

O queijo de Nossa Senhora da Glória embora produzido em grande escala para os mercados de consumo locais, intermunicipais e interestaduais, ainda não passaram pela necessidade de comprovação de qualidade seja ela evidenciada como marca, e uma possível

identidade cultural desse queijo. Desta feita, a modalidade de IG que pode ser implementada na região seria a IP.

A IP atesta a origem geográfica do queijo, autentica uma produção que na maioria das vezes já conquistou notoriedade. Assim em pouca escala o queijo de coalho produzido já apresentaria uma enorme possibilidade de conquista de mercado. Sem as prerrogativas de um patrimônio cultural, ou mesmo de suma peculiaridade física, a produção queijeira estaria, em partes, sob a égide de um polo produtor. Mas os problemas verificados pela pesquisa contrariam essa possível categorização da qualidade do produto. O que falta aos produtores para tal guinada? São vários os obstáculos a serem vencidos.

Em primeiro lugar, a pesquisa detectou que embora haja uma associação, os produtores não agem como associados ou cooperados, alguns deles nem se quer fazem parte do grupo. Como foi visto nas respostas aos questionários, há uma desconfiança das potencialidades que as associações, ou mesmo cooperativas podem trazer. A associação de produtores sequer consegue desenvolver ações sistemáticas de melhoria de qualidade, ou de captação de recurso e financiamentos. Para o INPI a requisição de registro deve ser feita por pessoa jurídica, nunca por pessoa física. A unidade dos interesses, desta forma, não se materializa ou não se mostra consistente o suficiente para isso.

Em segundo caso, os queijos produzidos precisam de uma regulação de fabricação dentro das exigências sanitárias e do controle do processo de produção pelos órgãos responsáveis. Na verificação dos resultados verificou-se que nem todos apresentavam condições para ter o selo da vigilância sanitária por não atender de forma generalizada as exigências. O selo é importante, pois é a certificação de que o produto é próprio para o consumo humano.

Por último, o que se observa é que as condições para a obtenção da IP não se configuram como algo complexo, como um trabalho hercúleo para se chegar aos objetivos, pelo contrário, as condições são até favoráveis desde que se tomem determinadas atitudes associativas ou corporativas, por exemplo. Os produtores ainda não conseguiram desenvolver uma ação coordenada de crescimento econômico pautada no associativismo ou cooperativismo comum aos produtores brasileiros que conseguiram o selo de IP.

É certo que dado ao tradicionalismo que perpassa a produção leiteira e dos seus derivados ainda reflete uma desconfiança, ou mesmo uma antipatia com as palavras



associação, cooperativa, sociedades econômicas e esta é à base de todas as comunidades registradas pelo selo de IP. O investimento maior passa pela educação de grupos de produtores ou mesmo dos donos das fabriquetas da região mostrando como as IGs geram valor agregado ao seu produto final.

Na aplicação do questionário e entrevista estruturada com gestor público municipal, ficou destacado que algumas tentativas de melhorias e investimentos no mercado produtor de laticínios da região já haviam sido iniciadas, como por exemplo, a implantação do SIM (sistema de inspeção municipal), trabalho realizado conjuntamente com o Ministério Público para a conscientização das fabriquetas quanto as boas práticas de produção de queijos, mas que não tiveram a colaboração extensiva do público alvo, muito embora reconheça que “a comercialização do leite em Nossa Senhora da Glória gera, por semana, a quantia de 1.000.000 de reais, fora os derivados do leite”, asseverou o gestor.

Ainda conforme o gestor municipal, diz conhecer ações implementadas em outras regiões- a exemplo da canastra e do Serro em Minas Gerais – e destaca que “as IGs se configuram como um tema de extrema importância, sobretudo se os produtores de queijo receberem o selo de IG, pois dessa forma agregaria valor ao produto, facilitando a inserção deste no mercado, melhoraria a qualidade do produto, estabelecendo sua diferenciação em relação a produtos similares e protegeria o produto, valorizaria a região pela promoção e preservação da cultura e da identidade local”.

Apesar de o gestor municipal entender que o papel da IG pode impactar na ampliação do mercado de queijos e, sobretudo, no desenvolvimento do município, contudo, o mesmo assevera que “o tema é ainda pouco explorado e de pouco manejo pelas autoridades públicas”.

Como se observa a falta de conhecimento sobre a importância das IGs para o cenário nacional e internacional de comercialização de produtos são elementos que se opõem diretamente às ações efetivas de melhoria e expansão de mercados produtores. E mesmo com a incursão da academia nessa área nos últimos anos, ainda o conhecimento efetivamente não gerou transformação da realidade.

Ainda por parte dos órgãos públicos, desde 2008 alguns esforços se debruçaram na organização sistemática do setor de produção de leite e de seus derivados na modalidade de Arranjos Produtivos Local (APL), uma forma bastante comum de associação entre grupos de

produtores que vem surtindo efeito em várias regiões do país nas mais variadas áreas de produção.

Em 2008 o governo do estado de Sergipe lançou pela Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e da Ciência e Tecnologia o Plano de Desenvolvimento do Arranjo Produtivo de Pecuária de Leite e Derivados do Alto Sertão Sergipano. Nesse projeto faziam parte das ações e estratégias a formação técnica a partir de cursos de capacitação aos produtores desde a liberação de recursos a serem investidos na área. Passados alguns anos percebe-se que tais ações foram pulverizadas e enfraquecidas, levando em conta a efetivação de melhoras e desenvolvimento do setor.

Os resultados foram contundentes quanto à necessidade de ações extensivas nesse setor produtivo, o que demanda uma série de atitudes incentivadoras por parte do poder público capazes de fortalecer o caráter empreendedor dos produtores locais. A carência de recursos é grande, mas não compete com a carência de informação e esclarecimento das capacidades de desenvolvimento do setor.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As IGs trazem consigo não só algumas importantes ações para a produção e comercialização de determinados produtos, como também, poderosos mecanismos de desenvolvimento econômico e social de uma determinada região em que atue. As IGs também se tornam guardiãs de saberes que são marca registrada de uma comunidade produtora ou executora de serviços, assegurando que a autenticidade de determinado produto ou serviço faça parte da identificação de um determinado grupo. Se sob a modalidade de DO ou IP, as IGs asseguram a qualidade e o direito intelectual sobre saberes e culturas desenvolvidas e notabilizadas através dos tempos.

A pesquisa objetivou analisar se o queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória/SE, considerando as condições de produção e a percepção dos produtores, preenchem os requisitos básicos para uma obtenção de uma IG, a) conhecendo também as condições socioeconômicas dos proprietários das fabriquetas, b) se estes (as) preenchem os requisitos para solicitar o reconhecimento de uma indicação geográfica sob a modalidade de Indicação de Procedência (IP) e c), por último, e levantando junto aos proprietários e principais parceiros públicos e privados, as possibilidades e limitações existentes, a fim de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do próprio negócio e do município em que vivem.

Muitos podem ser os desdobramentos dos benefícios de implantação de um selo de IG. Entre eles está o aumento do valor agregado ao produto final ou ao serviço prestado, singularizando autenticidade em comparação aos seus similares.

Junto à concessão do selo de IG obtém-se consequentemente uma maior proteção destes produtos como direito intelectual de propriedade coletiva e localizada; como também pode fomentar a captação de recursos e investimentos nas regiões delimitadas pela IG, concomitante a ação de interferir positivamente na valorização das propriedades, no aumento de ações turísticas, do desenvolvimento local na utilização de recursos tecnológicos e aumento indiscutível na oferta e diversificação de postos de trabalho e emprego nessas comunidades.

Não obstante, não se pode esquecer que a certificação de qualidade reconhecida pela IG aumenta a relação de interdependência entre produtor- produto - consumidor criando um ciclo de fidelização ente o consumidor e produto aumentando a comercialização e a conquista

de novos espaços. Pelo que se observou ao longo desta pesquisa é que a obtenção do selo de IG pode alavancar o progresso e desenvolvimento de ações empreendedoras caracteristicamente tradicionais e coletivas. As IGs são aportes de uma coletividade produtora, daí seus efeitos serem transversos e amplos dentro do universo de sua existência e altamente ligado à palavra comunidade.

Desta feita, o objetivo desta pesquisa se desenvolveu a partir da observação de um produto, o queijo de coalho do município de Nossa Senhora da Glória, no afã de analisá-lo como uma possível requisição de IG da atividade produtiva local do referido queijo. Verificou-se que embora o queijo de coalho tenha se notabilizado como referência no estado de Sergipe e de forma local por exigências técnicas e, principalmente, pela estratificação dos atores sociais envolvidos, a IG se torna uma realidade distante, porém possível se remediados os agentes limitadores a requisição do selo.

O estudo mostrou que as fabriquetas em sua parte são gerenciadas por homens (87,5%) e 91% com baixo nível de ensino. Evidenciou-se também que as fabriquetas em sua maioria (95,84%) não fazem parte de qualquer entidade representativa. Os proprietários (95,84%) mostraram que o saber-fazer do queijo foi transmitido de geração a geração. 70% destinam sua produção para os intermediários e, no mercado externo, maior parte ao Estado da Paraíba. Os resultados demonstram que 100% das fabriquetas se localizam geograficamente na zona rural e que estas (83,33%) desconhecem as normas e padrões sanitários estabelecidos pelo setor. Sobre as Boas Práticas de Fabricação (BPF'S), 98% responderam que não as conhecem e à estrutura da fabriqueta não atende as normas e padrões sanitários. Todos os proprietários nunca ouviram falar sobre a IG, porém tem interesse de fazer parte do processo de reconhecimento e registro de IG.

Torna-se necessário aliar a tradição produtiva da região e uma proposta prática de intervenção, seja ela de origem governamental ou coletivo, que gere o esclarecimento das oportunidades de desenvolvimento social e econômico da região. Tal atitude deve ater-se a objetivos claros, tendo como principal intento a análise de circunstâncias de implementação de IG e suas possibilidades de instrumentalização de desenvolvimento da produção de queijo de coalho de Nossa Senhora da Glória.

Nesse ínterim, é preciso ressaltar que a região já fora palco para diversas ações por parte de órgãos públicos para o desenvolvimento da indústria queijeira local. Essas investidas

aparentemente não surtiram grandes efeitos, mas é preciso uma investigação que comprove as transformações advindas da interferência organizadas desses entes, partindo do pressuposto que toda ação produz uma implicação.

Identifica-se a necessidade de um estreitamento na relação entre a universidade, comunidade e produtores de queijo, no sentido de maior divulgação da Propriedade Intelectual, sobretudo no que trata de IG, que poderia ser articulada através de ações de capacitação tais como cursos, palestras, workshops. Cabe a universidade atuar como incentivadora do crescimento da atividade queijeira, cumprindo assim o papel de extensão e, ao mesmo tempo, encurtando a relação desta com a comunidade.

A mobilização social dos atores envolvidos – produtores de leite, fabriquetas, e agentes governamentais – suscitam estratégias de aplicação e de intervenção por parte da academia, governo e comunidade local. Os interesses somados contribuirão para um desenvolvimento forte e tangível.

Sugere-se que estudos futuros sejam realizados com maior profundidade em todo território nacional, no intuito de possibilitar comparações e criar possibilidades de se criar bases norteadoras para um plano nacional e que venha a contribuir a atividade queijeira, a região e a comunidade de um modo geral.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Edna Silva de. **Produção do queijo minas artesanal da microrregião do Serro: tradição, legislação e controvérsias**. Viçosa, MG, 2015. Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de Magister Scientiae.

ALMEIDA JUNIOR, João Francisco de. **Planejamento da produção na indústria de laticínios: práticas atuais e desenvolvimento de um protótipo de sistema de apoio à decisão**. Dissertação (mestrado em Tese de M. Sc., Viçosa, MG, 2004.

ALTMANN, R. **Certificação de qualidade e origem e desenvolvimento rural**. In: LAGES, Vinicius et al. (Org.). Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Brasília: Sebrae, 2005. p.133-140.

AMADEI, J. R. P. e TORKOMIAN, A. L. V. **As patentes nas Universidades: análise dos depósitos das universidades públicas paulistas**. Ciência da Informação. Vol.38 nº2. Brasília, 2009.

AMARAL FILHO, Jair. **Desenvolvimento regional endógeno em um ambiente federalista**. Salvador: Planejamento e Políticas Públicas n.14, dez, 1996.

BARROS, A.G.; SILVA, N.; SPINOLA, N. **Desenvolvimento local e desenvolvimento endógeno: questões conceituais**. Salvador, Ano VIII, n.14, p.90-98, jul. 2006.

BRANDÃO, Bárbara de Oliveira. **A valorização dos produtos tradicionais através da Indicação Geográfica: potencial do aratu de Santa Luzia do Itanhy**. São Cristóvão: UFS 2016.

BRASIL. Lei 9.279/96, de 14 de maio de 1996. Dispõe sobre direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em <<http://www.inpi.gov.br/legislacao/conteudo/lei.htm>> Acesso em: 21 mar. 2016.

BRASIL. Secretaria de defesa agropecuária. Instrução normativa n 30, de 26 de junho de 2001. Disponível em:<<http://www.defesa.agricultura.sp.gov.br/www/legislacoes/popup.php?action=view&idleg=10>>. Acesso em: 15 de nov. 2016.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários**. Brasília, 2008.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Primeiro produto agrícola brasileiro recebe denominação de origem**. Brasília, 2010. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/noticias/2010/09/primeiro-produtoagricolabrasileiro-1recebe-denominacao-de-origem>>. Acesso em: 21 mar. 2016.

BRASIL, Ministério da Saúde. **Agência Nacional de Vigilância Sanitária**. Resolução RDC nº. 275, de 21 de outubro de 2002. Regulamento técnico de procedimentos operacionais aplicados aos estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos e a lista de verificação das boas práticas de fabricação em estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos. Brasília, Diário Oficial da União, 6 de novembro de 2002.

BERNARDES, P.R. **Principais desafios da cadeia produtiva do leite**. In: Workshop Sobre Identificação das Principais Restrições ao desenvolvimento da Cadeia Produtiva ao Leite da Região Norte. Juiz de Fora. Anais. Juiz de fora: Embrapa Gado de Leite; CNPq, 2003, p. 231-237.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. **Localized products in France: definition, protection and value adding**. Anthropology of Food, S2, 2007.

BOISIER, S. **Modernidad y Territorio**. Santiago de Chile: ILPES, 1996.

BRESSAN, M. Resultados do Plataforma Tecnológica do Leite – Fase 2, para as regiões contempladas pelo projeto. In: WORKSHOP PROJETO PLATAFORMA TECNOLÓGICA DO LEITE, 2002, Juiz de Fora, Goiânia e Fortaleza. Anais... Juiz de Fora: Embrapa Gado de Leite; CNPq, 2002. p. 83-97.

BRUCH, K. L. **Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas**. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salete Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. (Org.). Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

\_\_\_\_\_. **Indicações geográficas para o Brasil**. Jornal A Vindima - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira, Flores da Cunha: Século Novo, p.16-17, jun/jul. 2008.

BRUCH, K. L.; COPETTI, M. Procedimento do Registro das indicações Geográficas. In: Curso de Propriedade Intelectual e inovação no agronegócio: Indicação Geográfica. PIMENTEL, L. O. (Org.). 4 ed. Florianópolis: MAPA. 2014.

CARVALHO FILHO, O.M.; SÁ, J.L.; SÁ, C.O.; NASCIMENTO, I.R. Sistema de ordenha higiênica para pequenos produtores de leite no semiárido sergipano. In: IV ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 2004, Aracaju. Anais ...Aracaju: Sociedade Brasileira de sistemas de produção, 2004.

CASABIANCA, F. et al. **Terroir et typicité: deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée** - Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. In: Symposium international "Territoires et enjeux du développement régional. Lyon: INRA, 2005

CASSIOLATO, J. LASTRES H. E SZAPIRO, M. **Arranjos e sistemas produtivos locais e proposições de políticas de desenvolvimento industrial e tecnológico**. NT 27 - Projeto de pesquisa arranjos e sistemas produtivos locais e as novas políticas. Rio de Janeiro 2000

CERDAN, C.; SAUTIER, D. **Construção e desenvolvimento dos territórios rurais** – sistema de produção de queijo em Sergipe. In: Sabourin e Teixeira (org.). Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais. DF: Embrapa, p.21-37, 2002.

CERDAN, C.; CARVALHO, O. M.; SAUTIER, D. HOLANDA NETO, J.; ANDRADE, N.; BARRETO, L. **A pequena produção de leite e o setor queijeiro do estado de Sergipe**. In: WORKSHOP DESENVOLVIMENTO DO SETOR QUEIJEIRO NO NORDESTE BRASILEIRO, 1, 1999, Aracaju. Anais... Aracaju: UFS; Embrapa Semiárido, 2003.

CHALITA, M. A. N.; SILVA, D. da; PETTI, R. H. V. e SILVA, R. de O. P. **Análise sociocultural do consumo de queijos e sua relação com a alimentação: diálogos entre classes sociais, estilos de vida e mercados de qualidade**. XLVIII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER), Campo Grande/MS, julho. Anais 2012.

\_\_\_\_\_, Marie Anne Najm. O consumo de queijo como referência para a análise do mercado de qualidade do produto. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 50, n. 3, p. 545-562, 2012.

COLLODA, A. **A titularidade das indicações geográficas no Brasil**. Um estudo comparado a partir das Igs de vinhos finos e espumantes. 2015. 19, 22, 24, 27, 31

CRAVO, M.S.; SMYTH, T.J.; BRASIL, E.C. **Calagem em Latossolo Amarelo Distrófico da Amazônia e sua influência em atributos químicos do solo e na produtividade de culturas anuais**. R. Bras. Ci.Solo, 36:895-907, 2012.

CRUZ, B. E. V.; DIAS, A. L. C.; SOUZA, A. C. S.; PINHEIRO, J. S. G. S. **A identificação geográfica para o queijo do Marajó com estratégia de desenvolvimento territorial para a microrregião do Arari-Marajó, PA**. Cadernos de Prospecção, v. 8, n. 1, p. 158-168, 2015.

DIAS, João C. **500 Anos de Leite no Brasil**. São Paulo: Calandra, 2006.

DIAS, J.F.V.R. **A construção institucional da qualidade em produtos tradicionais**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: UFRRJ, 2005.

DUBEUF, J. MORALES, F.D.A.R. GENIS, J.M.C. **Initiatives and a projects to promote the Mediterranean local cheeses and a their relations to the development to flive stock systems and an activies**. *Small Ruminant Research*, v.93, n. 2-3, p. 67-75, 2010.

DRUZIAN, J. I.; NUNES, I. L. **Indicações Geográficas Brasileiras e Impactos sobre Bens Agrícolas e/ou Agroindustriais**. *Revista Geintec*, v. 2, n. 4, p. 413-426, 2012.

FALCADE, I. **A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões vale dos vinhedos, pinto bandeira e monte belo (Brasil)**. 2011. 32.

Fandos, Carmina; FLAVIÁN, Carlos. **Intrinsic and extrinsic quality attributes, loyalty and buying intention: analysis for PDOO product**. *British Food e Journal*, Inglaterra, v. 108, n. 8, p. 646-662, 2006.



FROEHLICH, J. M. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial—as percepções das organizações representativas da agricultura familiar na Espanha.** Estudos Sociedade e Agricultura, 2013. 39

EYMARD-DUVERNAY, F. **La négociation de la qualité.** In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. (Ed). Agroalimentaire: une économie de la qualité. Paris: INRA Economica, 1995.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GOMES, R. BRANCO, L. C.; SÁ, J. V. **Novos produtos de valor acrescentado.** Porto: SPI – Sociedade Portuguesa de Inovação. 2005.

GUANZIROLI, C. et al. **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI.** Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

GUILHOTO, J. J. M. et al. **Importância do agronegócio familiar no Brasil.** Revista de Economia e Sociologia Rural, Brasília, v.44, n.3, p.355-382, 2006. Disponível em: <[http://www.infobibos.com/Artigos/2007\\_3/incubadora/index.htm](http://www.infobibos.com/Artigos/2007_3/incubadora/index.htm)>. Acesso em: 23 de outubro 2016.

GIDDENS, A. **A vida em uma sociedade pós-tradicional.** In: BECK, U., GIDDENS, A.; LASH, S. Modernidade reflexiva: trabalho e estética na ordem social moderna. São Paulo: Unesp, 1997.

GIESBRECHT, H. O. (Coord.). **Guia de implementação de indicações geográficas:** orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI. Brasília: SEBRAE, INPI, 2011.

HARBUTT, J. **O livro do queijo.** São Paulo: Globo, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HORKHEIMER, Max, ADORNO, W Theodor. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos;** Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI (Brasil). **Guia Básico - Indicação Geográfica.** Disponível em: <[http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia\\_basico\\_indicacao\\_geografica](http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia_basico_indicacao_geografica)>. Acesso em: fev. 2016

INPI (INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL); SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos:** orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI. Brasília, 2011, 86p.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. Resolução Nº 75 de 28 de novembro de 2000. Disponível em:<<http://www.inpi.gov.br/legislações>>. Acesso em: 22 de outubro de 2016.

INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA. **Portaria nº 1022, de 03 de novembro de 2009.** Identifica a microrregião do campo das vertentes. Belo Horizonte. Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 03 nov. 2009.

JANK, Marcos S, FARINA, Elizabeth M.M.Q., GALAN, Valter B. **O agrobusiness do leite no Brasil.** São Paulo: Milkbuzz, 1999.

KAKUTA, S. M. **Indicações geográficas:** guia de respostas. Porto Alegre, SEBRAE/RS. 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LETABLIER, M.T.; DELFOSSE, C. **Genèse d'une convention de qualité.** In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Org.). *La grande transformation de l'agriculture*, Paris: INRA/Economica, 1995. pp.97-118.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 2 v.

MENESES, José Newton Coelho de. **Queijo Artesanal de Minas:** patrimônio cultural do Brasil. Dossiê interpretativo. v.1. Belo Horizonte: Ministério da Cultura, 2006. 139 p. 09.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. **Queijo artesanal: configurações territoriais-experiências escalares do global ao local.** São Cristóvão: Editora UFS, 2015.

\_\_\_\_\_. MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda. A PRODUÇÃO DE QUEIJOS NO SERTÃO SERGIPANO TROCA DE MÃOS: UMA QUESTÃO DE GÊNERO. **Raega- O Espaço Geográfico em Análise**, v. 16.

MOURA, M. M. **Os herdeiros da terra.** São Paulo: Hucitec, 1978.

MOTA, D.M.; SÁ, C. O.; SÁ, J. L. Dinâmica recente no espaço rural do município de Nossa Senhora da Glória/SE. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v, 5, n. 2, p.126-138, 2010.

NASCIMENTO, Jaqueline Silva; NUNES, Gilvanda Silva; BANDEIRA, Maria da Glória Almeida. **A importância de uma Indicação Geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região.** *Revista GEINTEC*—ISSN: 2237-0722. São Cristóvão/SE —2012. Vol. 2/n.4/ p.378 – 379. Edição Especial —Indicação Geográfica.

NASCIMENTO, I.R. Avaliação Mineral do Leite Bovino não Processado da Bacia Leiteira do Sertão Sergipano do Rio São Francisco, 2009. 105 f. Tese (Doutorado em Química Analítica) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. **Indicações geográficas:** Agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses. *Revista GEINTEC*, v. 2, n. 4, p. 353-364, São Cristóvão, SE, 2012b.

NASCIMENTO, I. R. do; MENEZES, S. de S. M. **Estudo da cadeia produtiva de leite nos municípios de Itabí e Aquidabã/SE: tecnologia, dinâmica e perspectivas**. São Cristóvão, SE: UFS-DEA; CIRARD; TERA, 2001. 37 p.

NOGUEIRA FILHO, A.; EVANGELISTA, F. R.; PIMENTEL, J. C. M.; CARVALHO, J. M. M. de; RODRIGUES, M. T. **Sistema agroindustrial do leite no Nordeste**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil; Embrapa Agroindústria Tropical, 2006. 159 p.

OLIVEIRA, Fabricio. **Cartografia do queijo de leite cru em BH**. SertãoBras [online]. Publicado em 12 de julho de 2013. Disponível em: <http://www.sertaobras.org.br/queijo-2/cartografia-do-queijo-de-leite-cru-em-bh/> Acesso em: 25 outubro de 2016.

ORTIZ, Renato. **Um Outro Território**. Olho D'Água. São Paulo. 1996.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009.

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO ARRANJO PRODUTIVO DE PECUÁRIA DE LEITE E DERIVADOS DO ALTO SERTÃO SERGIPANO. Sergipe 2008. Disponível em: [http://portalapl.ibict.br/export/sites/apl/galerias/Biblioteca/PD\\_SE\\_Pecuaria\\_de\\_Leite\\_e\\_Derivados\\_do\\_Alto\\_Sertao\\_Sergipano\\_2008.pdf](http://portalapl.ibict.br/export/sites/apl/galerias/Biblioteca/PD_SE_Pecuaria_de_Leite_e_Derivados_do_Alto_Sertao_Sergipano_2008.pdf) . Acesso em : 28 de agosto de 2016.

PREZOTTO, L. **Qualidade ampla**: referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. In: LIMA, D. M. de A.; WILKINSON, J. (orgs.). Inovações nas tradições da agricultura familiar. Brasília: CNPq/Paralelo 15, 2002, p. 285-300.

REZENDE, D; WILKINSON, J; REZENDE, C. F. **Coordenação da qualidade em cadeias produtivas de alimentos**: O caso dos queijos finos no Brasil. Econômica, R.J., v.7, n.2, p.233.253, dez, 2005. Disponível em: [www.uff.br/cpgeconomia/economica](http://www.uff.br/cpgeconomia/economica). Acesso em: 23 de outubro de 2016.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SAUTIER, D. Perspectivas para um desenvolvimento sustentável na região semiárida do Nordeste a partir da implantação de agroindústrias leiteiras. In: ENCONVET, 5. 2000, Aracaju, 2000. Anais... Aracaju: CIRAD, 2000.

SANTOS, Ângela Maria Medeiros Martins; GUARNERI, Lucimar da Silva. **Características gerais do apoio a arranjos produtivos locais**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 12, p. [195]-203, set. 2000.

SEBRAE. INPI. **Indicações Geográficas Brasileiras: Brazilian Geographical Indications: Indicaciones Geográficas Brasileñas** / coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2011. Disponível

em:[http://www.sebrae.com.br/atender/customizado/inovacao/acesse/biblioteca/IGs\\_miolo\\_baixa\\_16092014](http://www.sebrae.com.br/atender/customizado/inovacao/acesse/biblioteca/IGs_miolo_baixa_16092014)Acesso em: 16 de junho de 2016.

\_\_\_\_\_. Serviço de Apoio às micro e pequenas empresas do Rio Grande do Norte. Guia simplificado de formulação e implementação da estratégia competitiva em micro e pequenas empresas. Projeto Piloto. SEBRAE AR/RN, 2005.

SILVA, M. A. M.; MELO, B. M. **Desenhos e mapas**: uma contribuição aos estudos migratórios. Revista Espaço Plural, Paraná, v. 10, n. 20, p. 41-51, 1 sem. 2012.

SILVA; PEDROSO; LAGES. **Desenvolvimento e competitividade**: uma ferramenta de fortalecimento das cadeias produtivas de leite nos estados nordestinos. Disponível em: [http://www.eeb.sei.ba.gov.br/pdf/2015/er/desenvolvimento\\_e\\_competitividade.pdf](http://www.eeb.sei.ba.gov.br/pdf/2015/er/desenvolvimento_e_competitividade.pdf) Acesso em: 16 de junho de 2016.

SILVA, Aparecido Lima da; CERDAN, Claire; VELLOSO, Carolina Quiumento. **Boas práticas para indicações geográficas: a ação coletiva como elemento central na sua implementação**. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salete Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza (Org.). Propriedade Intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008, p. 227-235.

TEIXEIRA, S. **Queijos**: um desafio constante. Revista Indústria de Laticínios. 2005.n.12, p. 41-42. Disponível em: <<http://www.candidotestes/revistalaticinios.com>>. Acesso em: 28 de agosto de 2016.

TIBÉRIO, M. L.; CRISTÓVÃO, A. **Produtos tradicionais e desenvolvimento local**: o caso da designação protegida Queijo Terrincho DOP. I CONGRESSO DE ESTUDOS RURAIS TERRITÓRIO, SOCIEDADE E POLÍTICA - Continuidades e Rupturas - Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais Departamento de Economia e Sociologia, UTAD 16 a 18 Setembros 2001.

THIEDIG, F.; SYLVANDER, B. **Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union**. Agrarwirtschaft, n.49, v.12, 2000.

VASCONCELOS, A. L. S. **Complexo pecuário do leite**: qualidade e produtividade da mão de obra artesanal no segmento industrial do queijo do Ceará. Dissertação de mestrado (engenharia de produção. UFSC. Florianópolis, 2006.

VELLOSO, Carolina Quiumento et al. **Proteção de uma IG no Brasil**. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo 2, Indicação Geográfica. Brasília/Florianópolis: MAPA/SEaD-UFSC/FAPEU, 2009. p. 114-161.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

WOORTMANN, Ellen F; WOORTMANN, Klaus. **O Trabalho da Terra**: A lógica e a simbólica da lavoura camponesa. Brasília. Ed. UNB, 1997.

**ANEXO A – QUESTIONÁRIO - PRODUTOR****I) CONDIÇÕES SOCIOECONÔMICAS DOS PROPRIETÁRIOS**

**1. Gênero:** M ( ) F ( )

**2. Idade:** \_\_\_\_\_ anos

**3. Estado civil:**

Solteiro (a) ( )

Casado (a) ( )

Separado (a) /Divorciado (a) /Desquitado (a) ( )

Viúvo (a) ( )

União estável ( )

**4. Número de filhos:** \_\_\_\_\_

**5. Nível de escolaridade:**

Alfabetizado ( )

Não alfabetizado ( )

Concluiu 1º grau ( )

Não concluiu 1º grau ( )

Concluiu 2º grau ( )

Não concluiu 2º grau ( )

Superior completo ( )

Superior incompleto ( )

Pós graduação ( )

Outras: \_\_\_\_\_

**6. A área onde está localizada a fabriqueta é caracterizada como:**

Arrendada ( )

Própria ( )

Alugada ( )

Emprestada ( )

Outras: \_\_\_\_\_

**II) REQUISITOS PARA IDENTIFICAR INDICAÇÃO GEOGRÁFICA POR IP****1. ORNANIZAÇÃO DOS PRODUTORES**

**1. A fabriqueta enquadra-se, do ponto de vista organizacional, como sendo:**

Individual ( )

Empresa (pessoa Jurídica): (Ltda., s/a, outras) ( )

Outros: \_\_\_\_\_

**2.A fabriqueta faz parte de alguma entidade representativa (associações, cooperativa, consórcio, instituto, sindicato)?** Sim ( ) Não ( )

**Se sim**, qual das entidades abaixo ela faz parte:

Associação de produtores ( )

Cooperativa ( )

Consórcio ( )

Instituto ( )

Sindicato ( )

Outros: \_\_\_\_\_

**3. Tem interesse de fazer parte de alguma entidade representativa (associações, cooperativa, consórcio, instituto, sindicato) que possa representar coletivamente os interesses dos produtores de queijo coalho? Sim ( ). Não ( )**

## **2. PERFIL HISTÓRICO E CULTURAL**

### **PERFIL ECONÔMICO HISTÓRICO**

**1. O conhecimento do saber-fazer (a tradição) do queijo coalho foi transmitido a você por:**

Seus pais – de geração a geração ( )

Curso técnico ( )

Outros: \_\_\_\_\_

**2. Os seus antepassados produziam o queijo coalho e sobreviviam economicamente dele? Sim ( ) Não ( )**

**3. Seu interesse em produzir o queijo coalho se deu pelo qual motivo:**

Tradição ( )

Financeiro ( )

Tradição e financeiro ( )

Outros: \_\_\_\_\_

### **PERFIL ECONÔMICO ATUAL**

**1. Tempo que trabalha com queijo de coalho:**

De 1 a 5 ( )

De 5 a 10 ( )

Mais de 10 anos ( )

**2. Tamanho da propriedade – \_\_\_\_\_ hectares**

**3. Qual a faixa de participação do queijo coalho na Renda Familiar e da propriedade:**

$\leq 50\%$  ( )

50 a  $< 100\%$  ( )

100% ( )

**4. Qual a quantidade de leite processado pela fabriqueta: \_\_\_\_\_ l/dia**

**5. Em que faixa se encaixa a receita mensal da produção do queijo coalho?**

Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.000,00 ( )

Entre R\$ 4.000,00 e R\$ 7.000,00 ( )

Entre R\$ 7.000,00 e R\$ 10.000,00 ( )

Acima de R\$ 10.000,00 ( )

**6. Em que faixa se encaixa a despesa mensal da produção do queijo coalho?**

Entre R\$ 400,00 e R\$ 800,00 ( )

Entre R\$ 800,00 e R\$ 2.800,00

Entre R\$ 2.800,00 e R\$ 4.000,00

Acima de R\$ 4.000,00

**7. Qual o destino e quantidade em termos de %(porcentagem) do queijo coalho produzido pela fabriqueta no mercado interno e externo?****Mercado interno:**

Feiras livres ( ) \_\_\_\_\_%

Lanchonetes ( ) \_\_\_\_\_%

Panificadoras ( ) \_\_\_\_\_%

Intermediários ( ) \_\_\_\_\_%

Venda direta ao consumidor ( ) \_\_\_\_\_%

outros: \_\_\_\_\_

**Mercado externo:**

Estado da Paraíba ( ) \_\_\_\_\_%

Estado de Pernambuco ( ) \_\_\_\_\_%

Estado da Bahia ( ) \_\_\_\_\_%

Estado de Alagoas ( ) \_\_\_\_\_%

Estado do R. G. do Norte ( ) \_\_\_\_\_%

Outros: \_\_\_\_\_

**DELIMITAÇÃO GEOGRÁFICA DA FABRIQUETA****1. Coordenada geográfica:**

Zona rural ( ) comunidade:

Zona urbana ( ) bairro:

**3. REGULAMENTO DE USO****1. Conhece as normas e padrões sanitários estabelecidos para o setor?**

Sim ( ) Não ( )

**2. Conhece as Boas Práticas de Fabricação (BPF'S) em unidades de produção de queijo?**

Sim ( ) Não ( )

**3. A estrutura da fabriqueta está de acordo com as normas e padrões sanitários estabelecidos e com as boas práticas de fabricação em unidades de produção de queijo coalho?** Sim ( ) Não ( )

- Se Sim, quais dos serviços de inspeção sanitária a fabriqueta está registrada?

SIF - Serviço de Inspeção Federal ( )

SIE - Serviço de Inspeção Estadual ( )

SIM - Serviço de Inspeção Municipal ( )

**4. como você considera a estrutura física de sua fabriqueta, neste momento?**

Péssima ( )

Regular ( )

Boa ( )

Excelente ( )

**5. Existe padronização do queijo coalho produzido pela fabriqueta? (Tamanho do queijo, formato, peso, casca, odor, sabor, gosto, massa)** Sim ( ) Não ( )

**6. Existe padronização no processo de fabricação do queijo coalho produzido na fabriqueta? (Filtragem, adição do coalho, coagulação, corte da massa, adição do sal, enformagem, prensagem etc.)** Sim ( ) Não ( )

**7. O queijo coalho produzido na fabriqueta possui:**

Rotulagem e embalagem ( )

Apenas embalagem ( )

Logomarca – sim ( ) Não ( )

**8. O leite que a fabriqueta utiliza para a transformação do queijo coalho é proveniente de qual localidade:**

Estado de Sergipe ( )

Municípios: \_\_\_\_\_

Outros: \_\_\_\_\_

**9. Tem conhecimento se a sanidade do gado leiteiro é atestada por médico veterinário e atende as recomendações técnicas contidas em Normas e Regulamentos sanitários em vigor?** Sim ( ) Não ( )

**10. Você já ouviu falar sobre Indicação Geográfica e sua importância no desenvolvimento, qualidade, comercialização e diferenciação do queijo coalho?**

Sim ( ) Não ( )

**11. Como produtor de queijo coalho, tem interesse de fazer parte do processo de reconhecimento e registro de Indicação Geográfica?** Sim ( ) Não ( )

**12. Como produtor de queijo coalho gostaria de fazer parte de alguma entidade representativa (associações, cooperativa, consórcio, instituto, sindicato) que fosse responsável pela promoção e andamento das ações para implementação da IG?**

Sim ( ) Não ( )



#### 4. CONSELHO REGULADOR

1. A fabriqueta passa por alguma inspeção técnica oficial? Sim ( ) Não

Se sim, qual? \_\_\_\_\_

2. O queijo coalho é monitorado através de análises periódicas de laboratório, de amostras colhidas por técnico? Sim ( ) Não ( )

#### LIMITAÇÕES E POSSIBILIDADES – VISÃO PRODUTOR

1. Dentre as opções abaixo, marque as 5 (cinco) **MAIORES** dificuldades ou limitações que você encontra enquanto produtor de queijo coalho para o desenvolvimento de seu negócio?

##### **CONDIÇÕES INTERNAS**

- Falta de padronização do queijo (tamanho do queijo, formato, peso, casca, odor, sabor, gosto, massa, presença de amido) ( )
- Falta de padronização no processo de fabricação (filtragem, adição do coalho, coagulação, corte da massa, adição do sal, enformagem, maturação etc.) ( )
- O leite recebido/produzido na fabriqueta para a transformação em queijo não atende aos critérios de qualidade, microbiológicos e de características físico-químicos exigidos pela legislação pertinente ( )
- Baixo conhecimento da legislação alimentar vigente ( )
- Falta/deficiência no controle de estoques insumos, matéria prima e produtos ( )
- Falta de capacitação/treinamento contínuo da fabriqueta e de sua mão de obra ( )
- Falta de adoção as recomendações técnicas contidas em Normas e Regulamentos sanitários de controle do rebanho que comprometam a saúde dos animais ou a qualidade do leite. ( )
- Falta de inspeção Sanitária Federal (SIF), Estadual (SIE) e Municipal (SIM) – ( )
- Falta de atendimento as normas e padrões sanitários estabelecidos ( )
- Falta de conhecimento das inovações tecnológicas (projeto técnico de modernização, laboratório de controle de qualidade. ( )
- Baixa divulgação do produto, ausência de uma marca registrada, falta de material de divulgação e falta de uma estratégia de vendas ( )

##### **CONDIÇÕES EXTERNAS**

- Falta de organização coletiva (associações, cooperativas, consórcios, sindicatos, institutos)( )
- Falta de pesquisas e ações de apoio à regulamentação técnica do produto ( )
- Dificuldade para financiamento de investimento e capital de giro, falta de incentivos fiscais e falta de financiamento a baixo custo ( )
- Carga fiscal elevada em relação aos Estados vizinhos ( )
- Predominância de mercado clandestino ( )
- Descaso do poder público (governo federal, estadual e municipal) - Estradas com baixa conservação, falta de segurança nas estradas, provocando assaltos aos empresários, Deficiência /ausência de água tratada, energia elétrica disponível com limitações de carga ( )
- Logística deficiente decorrente da localização da empresa de difícil acesso ( )

## ANEXO B – QUESTIONÁRIO – GESTOR

### LIMITAÇÕES E POSSIBILIDADES – VISÃO GESTOR

**1. Conhece as ações implementadas em outras regiões (Serra da Canastra e do Serro-MG) para estimular a produção de queijo de forma competitiva no alto sertão Sergipano?**

Sim ( ☐ ) Não ( ☐ )

**2. Quais as ações têm sido implementadas para estimular a produção de queijo de forma competitiva no alto sertão sergipano?**

**3. Enquanto gestor público ou privado, já tomou ciência do que é Indicação geográfica?**

Sim ( ☐ ) Não ( ☐ )

**Se sim**, marque abaixo as 3 (Três) principais vantagens que os produtores de queijo de coalho, assim como o município, podem ter se receberem o selo de indicação geográfica?

- Melhoria acentuada do produto (qualidade), estabelecendo sua diferenciação em relação a produtos similares ( ☐ )

- Agrega valor ao mesmo, facilitando a inserção do produto no mercado ( ☐ )

- Protege o produto, e, sobretudo, valoriza a região pela promoção e preservação da cultura e da identidade locais ( ☐ )

- Fortalecimento das associações, cooperativas, consórcios etc.) ( ☐ )

- Fomenta novas pesquisas e ações de apoio ao produto ( ☐ )

- Melhoria dos processos de utilização dos recursos naturais de solo, água, planta, animal e de gestão do espaço rural como um todo ( ☐ )

- Estimula investimentos na própria área de produção; com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego ( ☐ )

- Cria vínculo de confiança com o consumidor, que, sob o selo da Indicação Geográfica, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais ( ☐ )

**Se não**, marque abaixo os 3 (três) principais motivos da falta de conhecimento sobre Indicação Geográfica?

- A falta da cultura de propriedade industrial no país ( ☐ )

- O baixo reconhecimento por parte dos consumidores ( ☐ )

- Pouca difusão dos conceitos de IG entre os produtores ( ☐ )

- Pouca mobilização por parte do governo voltada para a promoção da IG ( ☐ )

- Tem sido pouco explorada pelas universidades e centros de pesquisas ( ☐ )

**4. Qual o papel pode ter a indicação geográfica como estímulo à produção competitiva de queijo coalho em uma região?**